

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

ALINE VANESSA LOCASTRE

**SEDUÇÕES IMPRESSAS: A VEICULAÇÃO DO PARADIGMA
ESTADUNIDENSE NO BRASIL EM TEMPO DE SEGUNDA GUERRA
MUNDIAL.**

CURITIBA

2017

ALINE VANESSA LOCASTRE

**SEDUÇÕES IMPRESSAS: A VEICULAÇÃO DO PARADIGMA
ESTADUNIDENSE NO BRASIL EM TEMPO DE SEGUNDA GUERRA
MUNDIAL.**

Tese apresentada ao programa de pós-graduação em História da Universidade Federal do Paraná, na linha de pesquisa Cultura e Poder, como requisito para a obtenção do título de Doutora em História.

Orientador: Prof. Dr. Dennison de Oliveira

CURITIBA

2017

Catálogo na publicação
Mariluci Zanela – CRB 9/1233
Biblioteca de Ciências Humanas e Educação - UFPR

Locastre, Aline Vanessa

Seduções impressas: a veiculação do paradigma estadunidense
no Brasil em tempo de Segunda Guerra Mundial / Aline Vanessa
Locastre – Curitiba, 2017.
280 f.; 29 cm.

Orientador: Dennison de Oliveira.

Tese (Doutorado em História) – Setor de Ciências Humanas
da Universidade Federal do Paraná.

1. Segunda Guerra Mundial, 1939-1945 - História. 2.
Propaganda - Aspectos psicológicos. 3. Agências culturais. 4.
Propaganda impressa. I. Título.

CDD 659.13



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
Setor CIÊNCIAS HUMANAS
Programa de Pós Graduação em HISTÓRIA
Código CAPES: 40001016009P0

TERMO DE APROVAÇÃO

Os membros da Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em HISTÓRIA da Universidade Federal do Paraná foram convocados para realizar a arguição da Tese de Doutorado de **ALINE VANESSA LOCASTRE**, intitulada: "**Seduções Impressas: a veiculação do paradigma estadunidense no Brasil em tempo de Segunda Guerra Mundial**", após terem inquirido a aluna e realizado a avaliação do trabalho, são de parecer pela sua Aprovação.

CURITIBA, 09 de Março de 2017.

DENNISON DE OLIVEIRA
Presidente da Banca Examinadora (UFPR)

ADRIANE PIOVEZAN
Avaliador Externo (FIES)

FRANCISCO CESAR ALVES FERRAZ
Coorientador - Avaliador Externo (UEL)

WILSON MASKE
Avaliador Externo (PUC/PR)

ERICA GOMES DANIEL MONTEIRO
Avaliador Externo (UFRJ)



A Octavio: por dividir comigo meus sonhos.
Aos meus pais: pelo zelo e amor.

AGRADECIMENTOS

As palavras aqui inseridas estão envoltas da mais sincera e profunda gratidão para as pessoas que contribuíram, de maneira direta ou indireta, para que esta pesquisa fosse possível. Sabemos que são estas pessoas, de seus modos particulares, que tornam a nossa caminhada acadêmica possível, a partir de seu suporte material e afetivo. Dessa maneira, os primeiros homens e mulheres aqui agradecidos (a maioria desconhecido para mim), são aqueles que constituem nosso imenso Brasil. Minha formação, desde a pré-escola, ensino básico e superior, ocorreu nas fileiras de instituições públicas estaduais e federais, portanto, financiadas por cada cidadão brasileiro. Mesmo diante das diversas mazelas que inviabilizam um ensino público de maior qualidade em nosso país, tais escolas e universidades (por intermédio de seus professores e funcionários comprometidos com a educação) foram cruciais para meu desenvolvimento intelectual e social.

Também agradeço à CAPES, agência que proveu o recurso financeiro para que eu pudesse realizar as atividades inerentes ao curso de doutorado, como o deslocamento à Curitiba, participação em congressos, visitas à arquivos no Brasil e no exterior, bem como a compra de livros e demais materiais cruciais para a atualização bibliográfica e embasamento da tese proposta ao programa de pós-graduação da UFPR. Auxílios financeiros tornam-se elementos chave para que estudantes possam contribuir, de maneira significativa, para as mais distintas áreas do conhecimento em nosso país, ao serem motivados e valorizados em sua jornada. Do mesmo modo, tenho uma imensa satisfação em dedicar algumas palavras aos docentes e funcionários da Universidade Federal do Paraná, por estes preciosos anos de formação. Maria Cristina, competente servidora da universidade, sempre atendeu de maneira solícita as dúvidas que eventualmente surgiram neste processo. Aos professores Renan Frighetto, Marcella Lopes Guimarães e Dennison de Oliveira, aos quais tive o privilégio de realizar alguns dos créditos de minha linha de pesquisa, ficarão para sempre em minha memória marcados pelo amor e dedicação com que exercem sua função de educadores. Minhas longas viagens, que tantas vezes duravam toda a madrugada, valeram a pena, quando os ouvia. Entretanto, um dos grandes presentes recebidos foi, sem dúvidas, ser orientada pelo querido professor Dennison de Oliveira. Profissional brilhante e conselheiro atento, suas palavras

sempre foram cruciais para que este trabalho fosse concluído. Obrigada pela atenção, pelas palavras de estímulo e pela amizade!

Não poderia deixar de dedicar um espaço aos professores que em minha graduação e mestrado, na Universidade Estadual de Londrina, indicaram autores e corrigiram minhas primeiras escritas acadêmicas. Especialmente ao professor Francisco Ferraz, no qual sua parceria se estendeu dos meus “primeiros passos” na História até o doutorado, serei eternamente grata por me fazer encantar pelo contexto da Segunda Guerra Mundial. Aos funcionários dos arquivos visitados, especialmente do National Archives College Park, que foram indispensáveis para que grande parte da documentação que embasou esta tese pudesse ser levantada. Sem o auxílio e solicitude de pessoas como o “Liberiano”, a visita ao arquivo teria sido menos eficiente. Também agradeço aos apontamentos e observações pertinentes propostos pelos professores Wilson Maske, Marcos Gonçalves, Adriane Piovezan e Erica Monteiro, na qualificação e defesa desta tese.

Aos amigos, presentes ao meu lado em todos os momentos! Seria complicado citar apenas alguns, por isso, de maneira mais ampla, agradeço a todos, de coração, pelo respeito e compreensão perante minhas ausências, meu mau humor ou mesmo desatenção destes últimos tempos. De maneira também especial, me dirijo aos alunos e colegas da Universidade Norte do Paraná, especialmente a Fabiane Muzardo, Amanda Zilli, Bernadete Strang, Leandro Leocádio, Julho Zamariam, Marina Costa, Fabiane Menezes, Erica Moimaz, José Correa, Juliana Arruda, Patrícia Gonçalves, Diego Fogaça, Lilian Amaral, Valquíria Caprioli, Fábio Silva, Cyntia Simioni, Ana Zammataro, Gisele da Silva, Larissa Chicareli, Carol Torres, Simone Gouvea. Agradeço imensamente pelo carinho, confiança e apoio. Por fim, busco retribuir, em poucas linhas, todo o afeto que tenho recebido de minha família. Foi deles que recebi meus primeiros livros e as condições ideais para efetuar meus estudos. É para eles que dedico todas as vitórias. Meus pais, Ilson e Tereza, meus irmãos, Alisson e Erich, à tia “Nena”, *in memoriam*, “Tia Elza”, meus queridos sogros, Wilson e Fátima, minha prima Thalita Moraes, cunhados, primos, tios e tias: vocês são parte desta conquista! Vocês são parte de mim! E ao meu marido Octavio, que é meu parceiro de vida; fonte de ternura e coragem. Me segurou nos braços em muitos momentos. Nada teria sido possível sem seu amor.

Alô Tio Sam, alô
Dizem que você
Está pintando o sete
Se precisar de mim
Pode chamar que eu vou
Vou nem que chova canivete

Haroldo Lobo e David Nasser

“The conscious and intelligent manipulation of the organized habits and opinions of the masses is an important element in democratic society. Those who manipulate this unseen mechanism of society constitute an invisible government which is the true ruling power of our country”.

Edwards Bernays

RESUMO

Foco de alguns trabalhos acadêmicos na atualidade, a “Política da Boa Vizinhança”, (programa criado oficialmente pelo democrata Franklin Delano Roosevelt e parcelas do setor privado, com vistas à aproximação cultural dos Estados Unidos com a América Latina a partir da década de 1930), adquire novos capítulos nesta tese, com a análise de um vasto corpus documental, oriundo de arquivos brasileiros e estadunidenses. Oficialmente proposta como uma política de “solidariedade hemisférica”, que visava a contenção do Nazifascismo sobre o continente americano durante a Segunda Guerra Mundial, os inúmeros interlocutores da “boa vizinhança” acabaram por disseminar a ideia de superioridade da terra de Tio Sam como uma poderosa nação, que com seu modelo democrático, organização econômica e valores morais, poderiam ser modelares para o restante do continente. Ao Brasil e demais repúblicas latino-americanas, chegaram panfletos, revistas, programas de rádio, desenhos animados, artistas de Hollywood, professores, empresários e políticos, que veicularam mensagens articuladas ao nível econômico e intelectual de seus ouvintes. Deste modo, as elites brasileiras leram “seduções impressas”, pertencente a esta “boa vizinhança” pensada para ser palatável para os mais distintos públicos. Embora pareça evidente que tais discursos e oradores estivessem exclusivamente ligados aos propósitos do governo estadunidense, o fato é que tal aproximação cultural esteve situada em um espaço/tempo mais abrangente e com intenções e/ou motivações mais complexas que possivelmente nos é possível supor. A presente tese, busca, assim, pensar este processo de disseminação de um novo paradigma para o Brasil, a partir do material impresso que chegava (ou era produzido) para um seleto grupo do país.

Palavras-chave: “Política da boa vizinhança”; “Segunda Guerra Mundial”; “Agências culturais”; “Propaganda impressa”.

ABSTRACT

Focus of some academic papers nowadays, the “Good Neighborhood Policy”, (program officially created by the democrat Franklin Delano Roosevelt and parcels of the private sector, with sights on the United States’ cultural approximation to Latin America beginning in the 30’s), acquires new chapters in this thesis, with the analysis of a wide corpus documental, from Brazilian and American archives. Officially proposed as a “hemispheric solidarity” policy, which aimed at restraining Nazi fascism over the American continent during the Second World War, the innumerable interlocutors for the “good neighborhood” ended disseminating the idea of superiority of Uncle’s Sam’s land as a powerful nation, whose democratic model, economic organization and moral values, could be models for the rest of the continent. To Brazil and other Latin-American republics, arrived flyers, magazines, radio shows, cartoons, Hollywood artists, teachers, executives and politicians, who conveyed messages articulated to the economical and intellectual level of their listeners. This way, the Brazilian elite read the “printed allure”, pertaining to this “good neighborhood” thought up to be palatable to the most distinct publics. Although it seems evident that such discourse and speakers were exclusively connected to the United States’ government’s purposes, it’s a fact that this cultural approximation has been situated on a wider space/time and with intentions and/or motivations more complex than it is possible for us to assume. The present thesis, seeks, therefore, to think about this dissemination process of a new paradigm for Brazil, starting from the printed material that arrived (or was produced) for a selected group of the country.

Keywords: “Good Neighborhood Policy”; “Second World War”; “Cultural Agencies”; “Printed Propaganda”.

LISTA DE FIGURAS

- 1 Panfleto - “Todos Americanos /Americans All”. 72
- 2 Panfleto: “O Homem sobreviverá livre depois de esmagada a loucura nazista”. 75
- 3 Panfleto: Ojalá regrese muchas veces!. 88
- 4 Charge: Ciumadas. 127
- 5 A música do futuro. 128
- 6 “Notícias da guerra”. 130
- 7 “A frota de Guerra do Tio Sam”. 131
- 8 “A Rainha das Armas”. 131
- 9 Página inicial da “Carta Informativa Americana” e da “The American News Letter. 174
- 10 Primeira página do “The New York Times Overseas Weekly”, em 24 de dezembro de 1944. 176
- 11 Produção de matérias primas. 182
- 12 Capas da revista Em Guarda. 184
- 13 Cotidiano de um trabalhador estadunidense fora de uma fábrica. 186
- 14 Tropas dos EUA em treinamento em matas do Canal do Panamá. 190
- 15 Mundo livre/ mundo escravizado. 194
- 16 A ida de Hitler às profundezas do inferno. 196
- 17 Unamos-nos contra a agressão. 197
- 18 “O quê! Sem lebensraum?”. 200
- 19 “The big push begins” e “Time, marches on”. 202
- 20 “Comunicado do lado ocidental”. 203

LISTA DE GRÁFICOS E TABELAS

Gráficos

- 1 Agências não vinculadas ao governo voltadas, exclusivamente, para as atividades interamericanas nos EUA. 53
- 2 Programas culturais interamericanos estabelecidos até 1942 por agências não vinculadas ao governo dos Estados Unidos. 56
- 3 Principais temas das três primeiras edições da Revista Em Guarda. 187
- 4 Reportagens mais frequentes, ano a ano, na Revista Em Guarda (exceto as edições 1, 2 e 3 do Ano 1). 188

Tabela:

- 1 Efeitos da invasão nazista à América Latina. 84

LISTA DE QUADROS

- 1 Comitê consultivo da Divisão de Relações Culturais do Departamento de Estado dos Estados Unidos. 48
- 2 Pesquisa de Opinião pública: “O que pessoas nos Estados Unidos imaginam ou conhecem sobre a América Latina e sobre os latino-americanos”. 101
- 3 Adjetivos positivos e negativos, segundo a cultura estadunidense na primeira metade do século XX. 104
- 4 Relação entre educação e opinião. 109
- 5 Relação entre educação formal e informações sobre América Latina. 110
- 6 Não seria bom para o Brasil o relacionamento com os Estados Unidos. 138
- 7 Seria bom para o Brasil o relacionamento com os Estados Unidos. 138
- 8 Aparelhos do rádio, segundo a média nacional. 140
- 9 Material impresso recebido em 1943 pela seção de Press and Publications brasileira. 168
- 10 Material impresso recebido em 1944 pela seção de Press and Publications brasileiro. 169
- 11 Material impresso recebido em 1945 pela seção de Press and Publications brasileira. 170
- 12 Termos pejorativos utilizados na Carta Informativa Americana. 198
- 13 Diretoria da UCBE em 1938. 212
- 14 Empréstimos ou consultas na biblioteca da UCBE. 218
- 15 Fórmula da alma americana, segundo Crawford. 225

LISTA DE SIGLAS

ASS: American Social Surveys.

CPI: Committee on Public Information.

DIP: Departamento de Imprensa e Propaganda.

IBGE: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

IBOPE: Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística.

NACP: National Archives College Park.

NARA: National Archives and Records Administrations.

OCIAA: Office of the Coordinator of Inter-American Affairs.

UCBEU: União Cultural Brasil-Estados Unidos.

UFPR: Universidade Federal do Paraná

USP: Universidade de São Paulo.

SUMÁRIO

Introdução 17

Sob Deus, uma nação “eleita” 22

A historiografia e as relações culturais entre Estados Unidos e Brasil 27

Fontes documentais e os pressupostos teórico-metodológicos 33

Capítulo 1:

Agências Interamericanas como porta-vozes de um americanismo (recém?) saído do forno. 39

1.1 Agências culturais estadunidenses em uma América díspar. 45

1.1.1 Projetos culturais do Departamento de Estado dos Estados Unidos. 46

1.1.2 Agências não-governamentais e sua agenda interamericana. 51

1.2 Office of the Coordinator of Inter-American Affairs. 62

1.2.1 O front interno. 76

1.2.2 A vanguarda do progresso. 85

Capítulo 2:

Construindo um projeto: o “outro” e a “boa vizinhança” na opinião pública no Brasil e nos Estados Unidos. 92

2.1 Opiniões sobre as ‘outras’ Américas desconhecidas. 100

2.2 A opinião pública no Brasil. 118

2.2.1 Impressões dos brasileiros sobre os estadunidenses. 120

Capítulo 3:

Periódicos no Brasil e a propagação da imagem estadunidense. 143

3.1 - A propaganda política e a sua incursão em meio às elites. 149

3.2 - O OCIAA no Brasil. 155

3.2.1 A propaganda de guerra por vias impressas: a <i>Press Division</i> no Brasil.	
.....	164
3. 3 Revista “Em Guarda”: a defesa hemisférica em periódico.	177
3.3.1 Textos e imagens para a “defesa das Américas”.	180
3.4 A (Des) construção do oponente por meio de imagens e palavras impressas.	
.....	192

Capítulo 4:

Entre vislumbres e euforias: viajantes e agências culturais brasileiras como porta-vozes do paradigma estadunidense. 204

4. 1 Centros culturais e a aproximação Brasil-Estados Unidos.	208
4.1.1 O conagraçamento cultural Brasil-Estados Unidos.	210
4.1.2 Willian Rex Crawford e o “Panorama cultural norte-americano” por meio de palestras.	221
4.2 Viagens e viajantes na terra de Tio Sam.	231
4.2.1 Pedro Calmon e as narrativas de viagem.	237
4.2.2 Arlindo Pasqualini.	246

5 - Considerações finais. 255

6 - Arquivos, fontes e bibliografia. 262

INTRODUÇÃO

“(…). Os americanos acreditam honradamente em muitas coisas. São em regra muito religiosos. Muito legalistas. Muito disciplinados. Muito sociáveis. Muito humanos. E querem que os conheçamos às avessas, isto é, frios, individualistas, refratários à autoridade, criticando o Estado, e de moral emancipada como os agnósticos da velha guarda. Nas Igrejas, comportam-se como os ingleses seus primos (...). Foi o padre Antônio Vieira quem reparou, isto há três séculos, estando em Dover, a superioridade dos costumes religiosos desse povo formalista.”

Pedro Calmon (1942) “Estados Unidos de leste a oeste”, p. 34 e 35.

Pedro Calmon, historiador e político brasileiro, chegou inebriado dos Estados Unidos em 1941. Sua euforia transformou-se em um livro que relatou sua viagem de três meses e foi lido por inúmeros brasileiros na década de 1940. Os “Estados Unidos, de leste a oeste¹”, apresentou os estadunidenses² com curiosas características: eles eram sociáveis, disciplinados e religiosos, além dos demais adjetivos destacados durante sua narrativa, destoando das concepções que não apenas no Brasil se faziam deles, há muito tempo. Arlindo Pasqualini, outro brasileiro que havia sido convidado para visitar a desenvolvida “América do Norte”, jornalista e escritor, também narrou suas memórias de viagem em forma de livro, em 1944. Em “Sobrinhos de Tio Sam”, conta como haveria um consenso sobre a superioridade dos estadunidenses, não somente para os brasileiros, mas para os demais americanos. Ao olhar para um cartaz do Tio Sam, um marujo canadense supostamente teria declamado que seu grande desejo era ser seu sobrinho: “Quem é que não deseja, afinal de contas, ter um tio rico na família?”, teria perguntado³.

Euforia, vislumbre ou mesmo desejo. Todos estes sentimentos passaram a ganhar força durante a Segunda Guerra Mundial, em diversos brasileiros, que até então, conheciam pouco, ou quase nada, sobre seus “vizinhos continentais”. Parecia irromper, em um momento onde a Europa mergulhava em explosões, cerceamento político, doutrinas totalitaristas, um novo paradigma para aqueles que, por tanto tempo, admiraram o “velho” continente, suas doutrinas, sua cultura e sua maneira de conduzir seus próprios destinos. “Tio Sam” ia perdendo sua personalidade imperialista, que largamente fora veiculada nas revistas brasileiras, como a famosa “Careta”, e chegava nas

¹ CALMON, Pedro. **Estados Unidos de leste a oeste**: páginas de viagem. Rio de Janeiro: Editora a noite, 1942.

² A pesquisa histórica, bem como o olhar que desferimos sobre a documentação, são escolhas, que implícita ou explicitamente, expressam nossas visões perante os temas que elencamos para construir nossa narrativa. Desta forma, situo meu posicionamento a partir do momento em que opto pela utilização ao termo “estadunidense”, como menção aos habitantes dos Estados Unidos e “americanos”, para referir a todos os habitantes do América, estejam eles situados no Norte, Centro ou Sul do continente. Buscarei evitar a associação “América do Norte”, ou “americanos” como referência única aos estadunidenses, pois elas refletem uma diferenciação cultural e de poder, mesmo que sejam corriqueiras em sua alusão de identidade.

³ PASQUALINI, Arlindo. **Os sobrinhos do Tio Sam**: impressões de viagem aos EE.UU e Canadá. Porto Alegre: Livraria do Globo, 1944, p. 6.

páginas de impressos (muitos de autoria “própria”), sob motores nunca vistos, armamentos potentes e em linguajar bastante amigável.

Carmen Miranda, neste momento, já cantava com seu tutti frutti hat e como gostavam de salientar, “encantava” aqueles estadunidenses que frequentavam as salas de cinema de seu país. Nas terras brasileiras chegava o Pato Donald, que juntamente com o Zé Carioca (o papagaio brasileiro gestado por estrangeiros), visitavam bares e pontos turísticos do Rio de Janeiro, no filme “Alô Amigos”. O papagaio da Disney, entusiasmado e receptivo com seu convidado, mostrava o jeito “faceiro” do brasileiro, que sempre parecia relegar uma parte de seu dia para aproveitar a vida. Pato Donald, ao mesmo tempo, estava totalmente perdido neste país tropical, de natureza “selvagem” e músicas envolventes. Eram muitas informações para o estrangeiro. A diferença cultural gritante e a “malandragem” ele demonstrava pouco conhecer. Dessa forma, ingênua e despretensiosa, vestida publicamente com uma boa dose de altruísmo, a “Política da Boa Vizinhança” (nova faceta da política externa do governo Franklin Roosevelt) era assim apresentada. Nos bastidores, entretanto, uma política bem mais pretenciosa e organizada era orquestrada. Nosso trabalho lida com as duas faces desta política.

Algumas pistas já foram dadas, em relação ao objetivo central de nossa tese: ela está assentada sobre a compreensão das relações culturais entre o Brasil e os Estados Unidos durante a Política da Boa Vizinhança, visando perceber como a nação de “Tio Sam”, em sua propaganda impressa voltada aos brasileiros, disseminava a imagem de seu país como superior em termos culturais e econômicos. Neste ínterim, emergem outras preocupações, que contribuirão de maneira substancial para a devida percepção sobre este contexto: abordaremos os movimentos culturais de aproximação interamericana anteriores ao *Office of the Coordinator of Inter-American Affairs*, visando perceber como a agência conduzida por Rockefeller rompeu ou se apropriou de projetos que já ocorriam nesta direção em seu país. Interessa-nos também, por meio da análise da Opinião Pública, perceber se os resultados destas amostragens colhidas nos Estados Unidos e no Brasil, influenciaram no tipo de material a ser produzido e distribuído no continente e se havia um público específico para cada tipo de publicação. Além destas preocupações, também refletiremos sobre o papel de alguns brasileiros e de agências culturais por eles

conduzidas para a difusão desta política de aproximação continental. Dessa forma, lançamos como hipótese a ocorrência de um programa de “boa vizinhança” que se valeu de projetos preexistentes no continente, bem como das pessoas já engajadas para este fim, como forma de promover uma integração cultural no continente. Para tanto, o material impresso foi indispensável para disseminar mensagens que buscavam a propagação de uma imagem progressista dos Estados Unidos às elites regionais, que tinham acesso aos meios de propagação de tal propaganda, bem como do letramento necessário para a compreensão e divulgação desta mensagem.

Embora tal temática tenha recebido devida atenção nos últimos anos, seja no meio intelectual brasileiro ou estadunidense, ainda existem muitas lacunas, aptas a receber novos olhares, propiciadas por fontes inéditas de interpretações ou ainda não esgotadas suficientemente em análises. Partindo da concepção de Joseph Nye⁴, que o *soft power* teria um poder de atração perante os povos “dominados”, a partir de impressos, ou seja, periódicos e livros publicados na década de 1940, buscaremos assim, a construção dos Estados Unidos como paradigma de progresso, imagem esta que trouxe para as elites brasileiras grandes euforias acerca de sua íntima relação com este país, possível, em especial, após o rompimento formal das relações com as potências do Eixo em 1942. No entanto, quando falamos de estadunidenses, no sentido que abordamos neste trabalho, buscamos representar os integrantes deste projeto de Boa Vizinhança, que tinha no Departamento de Estado em Washington, seu centro articulador. Seria, no mínimo, ingênuo supor que houve (ou que há) uma homogeneidade de pensamento, seja no Brasil, seja nos Estados Unidos, em relação a qualquer tema, ou neste caso, sobre as relações entre ambos os países. Ou que tais pensamentos não estejam impregnados de silêncios e intenções, omissões e articulações. Assim, embora percebamos que em meio ao dissenso, ocorre, em moderadas parcelas, o consenso, partiremos, muitas vezes deste último, para pensar este contexto. O projeto de “boa vizinhança”, oriundo da iniciativa pública e privada, solidificada pelo Office of the

⁴ “A country may obtain the outcomes it wants in world politics because other countries – admiring its values, emulating its example, aspiring to its level of prosperity and openness – want to follow it”. In: NYE, Joseph S. **Soft Power: The means to success in world politics**. New York: Public Affairs, 2004, p.5.

Coordinator of Inter-American Affairs, precisou seguir alguns critérios, para não colidir ou contradizer aos interesses que o executivo estadunidense buscava executar na América Latina.

Uma questão que pode incorrer, se não for devidamente salientada, é a que envolve a recorrente associação, porém, não isenta de questionamentos: Estados Unidos como detentor de uma superioridade material, intelectual e até mesmo, de formas distintas, moral. Partimos do pressuposto que tal associação é histórica, portanto, problematizável. Em especial, os produtos culturais no século XX, exportaram as características de sua cultura, ou seja, o *American Way of Life* como um valor passível de se tornar universal, ou como meta natural de todas as sociedades, não cabendo felicidade ou modernização longe das prateleiras abarrotadas de refrigerantes, aparelhos eletrônicos ou das filas dos fast foods. Juntamente com a exportação de seus costumes, a experiência republicana democrática e seu poder econômico e militar, são sempre mostrados como modelos a serem seguidos ou almejados. Precisamos observar que tais ideias foram solidificadas pela propaganda, que neste caso possuiu papel decisivo para a venda deste ‘sonho americano’. O que temos de concreto são as representações que este país construiu sobre si mesmo e que seu sucesso se faz uma das questões fundamentais para a compreensão deste século, uma vez que sua aceitação somente tem sentido à medida em que ela ocorre simultaneamente a programas políticos e econômicos muito bem-intencionados, nos quais a força das armas, muitas vezes, impõe-se de maneira análoga à do discurso “suave”⁵. Podemos ter uma dimensão de como estas ideias, em especial a de “excepcionalidade”, que acaba sendo o viés de uma crença de superioridade perante os “outros”, foram elaboradas pelos próprios estadunidenses, se retornarmos alguns anos na História deste país. Cabendo a

⁵ Embora falemos da Política da Boa Vizinhança, que fez jus a esta designação de *soft power*, até meados da década de 1940, nos anos subsequentes, em plena Guerra Fria, as armas triunfaram em conflitos como a Guerra da Coreia, Guerra do Vietnã, implementação de ditaduras civis/militares na América Latina objetivando a contenção do socialismo soviético; Guerra do Golfo, Guerra do Iraque, do Afeganistão, entre outros tantos conflitos que direta, ou indiretamente, o poder estadunidense faz-se protagonista. Sobre este tema ver: KAGAN, Robert. **Do paraíso e do poder**. Os Estados Unidos e a Europa na nova ordem mundial. Rio de Janeiro: Rocco, 2003; PECEQUILO, Cristina Soreanu. **Os Estados Unidos e o século XXI**. Rio de Janeiro: Elsevier Editora, 2013; SARAIVA, José Flávio Sombra (org.). **Relações Internacionais – dois séculos de história: entre a preponderância europeia e a emergência americano-soviética (1815-1947)**. Vol 1. Brasília: IBRI, 2001; SEITENFUS, Ricardo. **Ingerência ou solidariedade? Dilemas da ordem internacional contemporânea**. São Paulo: Fundação Sedae, 2005.

nós buscar brevemente suas origens, para, posteriormente, prosseguirmos na apresentação geral dos propósitos desta tese.

Sob Deus, uma nação “eleita”.

Quando o Mayflower atracou, ainda no primeiro quartel do século XVII, nas terras que hoje compõem o estado de Massachusetts nos Estados Unidos, iniciava-se a história de um país que, diferente dos tantos outros que sofreram a experiência colonial, se transformaria em uma das maiores potências econômicas mundiais nos séculos posteriores à sua independência política. Neste navio, que abrigava pouco mais de um cento de puritanos fugidos das perseguições religiosas decorrentes da hegemônica Igreja Anglicana, trazia-se mais do que a esperança de liberdade religiosa. De orientação calvinista e notadamente ortodoxos, estes homens e mulheres trouxeram consigo a crença de estarem cumprindo uma ilustre missão: construir no Novo Mundo, uma nova nação, “eleita por Deus”. Semelhante à crença hebraica, que ainda na Antiguidade disseminava a esperança de haver uma Terra Prometida, supostamente anunciada por Deus ao patriarca Abraão, no caso dos puritanos ingleses, Massachusetts também foi tida como uma terra prometida, um local onde concretizar-se-iam sonhos e iniciariam uma nova história. Nestas percepções estava contido o viés religioso que permeou a história da América de forma ampla, bem como as noções de liberdade e de prosperidade material, típicas da crença protestante que atribui o gozo de tais preceitos a uma providência divina que supostamente presenteia seus eleitos. Assim, as primeiras representações sobre esta porção do continente americano estiveram intrinsecamente ligadas às percepções que seus primeiros colonos (em especial os puritanos) construíram nestas terras. Imaginando serem “Novos Homens” com uma divina missão, a ideia de uma sociedade excepcional ia se construindo em distinção à Europa.

No cenário de expansão do território estadunidense para o Oeste, irrompeu uma metáfora que associou este espaço, que pouco a pouco adquiria

novas porções territoriais, a um jardim, um “jardim do mundo”⁶. Tal ambiente era compreendido como passível de ser dominado, desbravado e modificado, atribuição que superava a imagem bíblica do “Éden”, nomeada antes mesmo da colonização, por teóricos cristãos, que ao imaginarem sua existência, a viam como espaço do deleite dado por Deus⁷. Henry Nash Smith⁸, que descreveu a ideia de jardim como metáfora à conquista do Oeste, narrou que Thomas Jefferson sonhava com um país formado por farmers, onde desenvolveriam suas propriedades rurais e lançariam suas “sementes” para prosperar este grande espaço bucólico. O fazendeiro, habitante das regiões fronteiriças, “ao se fixar com a família na pequena propriedade, transformaria, a partir da agricultura, a natureza selvagem em um ‘verdadeiro’ jardim”⁹.

Porém, uma das ideias mais relevantes desta construção de superioridade dos habitantes dos Estados Unidos, que ainda se configurava, foi o “Destino Manifesto”. Proferido pela primeira vez oficialmente pelo editor jornalístico nova-iorquino John L. O’Sullivan em 1845, a ideia de uma missão concedida por Deus para fecundar estas terras com preceitos distintos dos experimentados pelos povos nativos que ali habitavam, pôde ser caracterizado como uma das justificativas melhor articuladas para o domínio do ‘Outro’, submissão do ‘Outro’ e superestimação dos feitos estadunidenses em solos, até então, estrangeiros. A ideia de um Destino Manifesto retrata de forma explícita a visão que ao longo dos anos foi sendo cunhada ao associar seus habitantes à porta-vozes de uma missão divina, na qual os predestinava a levar a religião protestante além de suas fronteiras, ao mesmo tempo que os pilares seculares essenciais de sua sociedade também seriam propagados para outros povos. A universalidade cristã, herdada das tradições católicas de expansão e conversão dos pagãos, integra-se à corrente puritana, acirra o desejo destes pioneiros (e

⁶ SEED, Patrícia. **Cerimônias de posse na conquista europeia do Novo Mundo** (1492-1640). Tradução de Lenita R. Esteves. São Paulo: Editora Unesp, 1999, p. 46.

⁷ HOLANDA, Sérgio Buarque. **Visões de Paraíso**: os motivos edênicos no descobrimento e colonização do Brasil. São Paulo: Brasiliense, Publifolha; 2000.

⁸ SMITH, Henry Nash. **Virgin land**: The American West as Symbol and Myth. Cambridge and London: Harvard University Press, 1978.

⁹ JUNQUEIRA, Mary Anne. **O Imaginário da Conquista do Oeste e as Representações sobre a América Latina na revista Seleções do Reader’s Digest**. VARIA HISTORIA, Belo Horizonte, nº 23, Jul/00, p. 102.

posteriormente de outros que passaram a se identificar com tais projetos) de levar seus ideais adiante¹⁰.

No que tange à construção da identidade do que seria o “americano” e de como ele se via a partir de uma coletividade, teorias apontam que ela se deu plenamente na conquista do Oeste, quando por um motivo em comum, o ‘desbravador’ precisou enfrentar as fronteiras ‘selvagens’ e alcançar o Pacífico. Frederick Turner, em uma conferência realizada em Chicago em 1893, proferiu que a construção do ‘americano’ estava intrinsicamente ligada ao domínio e expansão das fronteiras¹¹. Percebe-se que estes ‘jardineiros’, com a nobre missão de propagar seus ideais por meio de um “Destino Manifesto”, do qual falamos, referem-se àqueles homens que povoavam as antigas Treze Colônias Inglesas e especificamente possuíam um grau de parentesco com os colonizadores ingleses. Em nenhum momento (mesmo hoje ainda persistam tais mazelas) aqueles que fogem do núcleo branco, anglo-saxão e protestante (White, Anglo-Saxon e Protestant – WASP) são incluídos neste passado comum ou parecem aptos ao plantio desta ‘semente’ de um ‘novo’ paraíso¹². Assim, o desbravamento do Oeste pôde nos indicar algumas nuances desta nação que foi se construindo como referência a ser seguida, com valores e objetivos bastante diferenciados, dignos de serem propagados a outros povos e nações. Uma construção que sempre foi pautada na negação daquele que estava no

¹⁰ BRODRECHT, Grant R. **"Our country": Northern evangelicals and the Union during the Civil War and Reconstruction**. (tese de doutorado), University of Notre Dame, 2008.

¹¹ A tese da fronteira de Turner, influenciou significativamente a escrita da História estadunidense. Em meados das décadas de 1970 e 1980, os pesquisadores com estreitas ligações com a *Western History*, passaram a receber severas críticas sobre as “reais” possibilidades de aplicação desta teoria do século XIX, e historiadores como: *Patricia Nelson Limerick, Donald Worster, Richard White, e William Cronon*, lançaram novos olhares e introduziram novas possibilidades de se pensar a construção do “americano” e dos Estados Unidos. Para conhecer mais sobre esta *New Western History*, ver a tese de Arthur Ávila. In: AVILA, Arthur Lima. **Território Contestado: a reescrita da história do Oeste norte-americano** (c.1985-c.1995). (Tese de doutorado) Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2010.

¹² Além do grupo consagrado pela História Americana como peregrinos, vieram os “indesejáveis” do Velho Mundo: crianças órfãs, mulheres, destinadas à servidão e os negros, que foram escravizados. Somam-se a estes grupos, os *Quakers*, corrente protestante considerada mais liberal daquelas surgidas com a Reforma. No entanto, mesmo com esta vasta diversidade cultural, apenas alguns possuíram destaque na História oficial, que buscou um passado “diferenciado” e “predestinado” para a nação que buscaram construir. A celebração do *thanksgiving* (Dia de Ação de Graças) reforça esta ideia: sendo a maior festividade do país, ela refere-se ao agradecimento que possivelmente os pioneiros fizeram em agradecimento ao alimento que conseguiram após um período de grandes restrições. KARNAL, Leandro. A formação da nação, p. 45 a 53. In: KARNAL, Leandro (org). **A História dos Estados Unidos: das origens ao século XXI**. (2.ed) São Paulo: Contexto, 2010.

caminho de seu 'progresso'. A sociedade WASP se julgava herdeira de uma grande missão, que os primeiros pioneiros haviam adquirido desde sua chegada ao Novo Mundo.

Um elemento que fica evidente nestas construções identitárias estadunidenses é, sem dúvida, o aspecto religioso, amplamente utilizado para justificar atos, muitas vezes, polêmicos. Esse misto de racionalidade e religiosidade, como descrito por Antônio Pedro Tota¹³, forneceu embasamento para um crescimento econômico e político nos séculos posteriores, alicerçado em valores de cunho moral, tido como passíveis de serem propagados pelo mundo. Lucia Luppi Oliveira também destaca esta relação intrínseca entre a política e a religião nos Estados Unidos, uma vez que a partir dessas duas categorias percebemos uma religião civil, que pela sua junção, dota os espaços civis de elementos religiosos e os espaços religiosos com aspectos civis¹⁴. O patriotismo, dentro deste pensamento, estaria arraigado a um caráter religioso, praticamente santificado¹⁵.

A propagação e a incorporação de tais representações nacionais, ocorreram lentamente, sendo na atualidade, amplamente reconhecidas (embora não totalmente compartilhadas) pelos mais distintos grupos sociais no interior do país. Desta forma, desde os primeiros anos da independência das Treze Colônias Inglesas, até seu apogeu como potência mundial, no pós-Segunda Guerra Mundial, ao lado de práticas políticas, vez ou outra, questionáveis, diversos discursos foram proferidos com o intuito de legitimá-las. Fomentadas por governantes, diplomatas ou intelectuais, os setores menos favorecidos da sociedade recebiam tais informações a partir dos meios de comunicação, que lentamente se popularizavam. Ideias que a princípio pertenciam a um pequeno grupo de puritanos, em relação à sua “predestinação”, por exemplo, mais tarde articulada ao ‘mito da fronteira’ que pressupunha a anexação de mais territórios aos Estados Unidos, foram aos poucos, sendo difundidas largamente e compartilhadas como algo genuíno ao “ideal” estadunidense.

¹³ TOTA, Antonio Pedro. **Os americanos**. São Paulo: Contexto, 2009.

¹⁴ OLIVEIRA, Lucia Luppi. **Americanos**: Representações da identidade nacional no Brasil e nos EUA. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2000.

¹⁵ FONSECA, Carlos da. **“Deus está do nosso lado”**: Excepcionalismo e religião nos EUA. Contexto Internacional, Rio de Janeiro, vol. 29, no 1, janeiro/junho 2007, p. 149-185.

As Dime Novels, revistas populares e de ampla circulação entre as parcelas menos abastadas, entraram neste contexto de disseminação destas imagens ou imaginários, como chamaria Bronislaw Baczko, levando a um público menos intelectualizado e com menor poder aquisitivo, mitos que engrandeciam o homem desbravador do Oeste, justificando as prováveis necessidades de um alargamento contínuo das fronteiras ou o domínio dos indígenas e da posse desmedida de suas terras, articulando-as aos preceitos de uma “missão divina”. O público que consumia tais revistas entrava em contato com o desbravador heroicizado, com o corajoso cowboy do Oeste, visão romântica de uma realidade bastante distinta desta representação.

Nas últimas décadas do século XIX, com a ‘necessidade’ de se romper novas fronteiras, principalmente por motivações econômicas e tentativas de hegemonia continental, as terras situadas abaixo do Rio Grande entraram “em cena”, mesmo não sendo totalmente aprovada tal proximidade¹⁶. Mas ir além dos limites políticos, além das fronteiras, possuía um significado muito maior do que à primeira vista pode parecer. A história da América Latina, com seus gigantes capítulos (conhecidos ou não) revela que este continente, palco de disputas sangrentas, negligenciamentos, embates políticos, ‘choques culturais’, fora, majoritariamente das vezes, a antítese do espaço europeu nos séculos posteriores ao da colonização e no tempo atual, ainda permanece como o outro estadunidense, o descaminho ‘americano’. Vale pensar como os desdobramentos de tais pensamentos, em especial do “Mito da fronteira” e do “Destino Manifesto”, atingiram o continente e marcaram de maneira significativa, as formas como estadunidenses trataram os povos dos demais países americanos.

¹⁶ Por muito tempo a política externa dos Estados Unidos foi encarada por considerável parcela de sua população e fileiras políticas como um “acessório” das prioridades do país. Após o fim da Guerra de Secessão e com o crescimento notório de sua economia, a ideia de expandir-se além de suas fronteiras nacionais vai ganhando força, inclusive quando veem grandes oportunidades em mercados até então, distantes. Sobre os embates entre isolacionistas e intervencionistas, bem como sobre a Política Externa com a América Latina ver: PECEQUILLO, Cristina Soreanu. **A política externa dos Estados Unidos: Continuidade ou mudança?** Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2003; SCHULTZ, Lars. **Estados Unidos: poder e submissão**. Uma história da política norte-americana em relação à América Latina. Bauru: Edusc, 2000.

A historiografia e as relações culturais entre Estados Unidos e Brasil.

Alguns trabalhos no Brasil ou no exterior, buscam compreender as relações entre Brasil e Estados Unidos, a partir de suas relações culturais durante a Segunda Guerra Mundial, uma vez que esta temática possui tantos materiais disponíveis, quanto caminhos a serem pensados e debatidos. Em tempos em que a cultura, ou os “produtos culturais”, ganham expressão no meio acadêmico, como no caso de nossa tese, onde as relações internacionais estabelecidas dentro de um cenário beligerante molda-se e veicula-se a partir de imagens, periódicos ou mesmo livros, esta guinada historiográfica, que buscou por caminhos, tantas vezes subestimados deste campo de conhecimento, ganha notoriedade a partir das últimas décadas do século XX, quando a *Nouvelle Histoire* e as inovações a respeito das *representações sociais* ou *imaginários*, se integram como possibilidades latentes de se pensar e construir pesquisas históricas.

Construir esta problemática e desenvolver a pesquisa que se desenrolará nos quatro próximos capítulos, somente foi possível a partir do momento em que nos conectamos a outros tantos pesquisadores, que buscaram, nas últimas décadas, pensar as relações culturais entre nações como categorias elementares de estudo. Assim, antes de “embarcarmos” nos caminhos que serão propiciados nesta tese, algumas contribuições, muitas delas referenciais, precisam ser devidamente destacadas. Cabe ressaltar que tais pesquisas serão citadas em seus principais pontos, para mostrar ao leitor nuances daquilo que vem sendo pesquisado na academia. As demais contribuições (e são muitas) serão devidamente ressaltadas no decorrer da tese, uma vez que elas são aportes imprescindíveis para a construção do contexto ao qual nosso tema está assentado.

O primeiro trabalho a ser destacado foi o realizado pela historiadora Mary Anne Junqueira, no qual buscou compreender, por meio da revista “Seleções da Reader’s Digest”, como a ideia de *wilderness*, que estava associada inicialmente aos espaços localizados ao Oeste do continente e que o cinema ou as *dime novels* imortalizaram por meio do Far West, passou a abarcar, em especial durante a vigência da Política da Boa Vizinhaça e da Guerra Fria, o território latino-americano. Por meio de reportagens visualmente atraentes, valendo-se de

sua ampla divulgação em vários países, imagens e textos foram utilizados para veicular os Estados Unidos, sua superioridade e de forma mais específica, disseminar uma imagem de América Latina como sua antítese, como ambiente selvagem, carente de civilidade e desenvolvimento econômico.

A imbricação estadunidense nesta “outra” América desconhecida, constantemente estava associada à ideia do *wilderness*, que em uma designação geográfica, significava o estranho ambiente “(...) onde a civilização que normalmente ordena e controla a sua vida está ausente, tornando-se, assim, uma incógnita”¹⁷. Territórios como a Floresta Amazônica, ou outros espaços afastados do centro populacional canadense, Filipinas ou Vietnã ao receberem tal nomenclatura, implicitamente estavam sendo apontados como “bárbaros” e necessitados de receberem a “civilização”. O rompimento das fronteiras das Treze Colônias Inglesas, que havia sido justificada pelo Destino Manifesto, agora parecia abarcar fronteiras mais distantes, que abrangeriam a América Latina. A palavra *frontier*, na língua inglesa, refere-se a um limite não apenas espacial, mas também o limite que divide a civilização da barbárie, segundo relata Junqueira. Rompê-lo supunha muito mais que uma ação meramente estratégica, de expansão territorial. Ela pressupunha atuar sob um espaço carente de ‘civilidade’, algo em estado natural, um *wilderness* igual ao de Daniel Boone¹⁸,

¹⁷ JUNQUEIRA, Mary Anne. **Ao sul do Rio Grande**. Imaginando a América Latina em Seleções: oeste, wilderness e fronteira (1942-1970). Bragança Paulista, SP: EDUSF, 2000, p. 63.

¹⁸ *Daniel Boone*, pioneiro do Estado de *Kentucky*, foi, por muitos anos, representado como a personificação da bravura, da coragem primordial para o rompimento das fronteiras ainda intactas que limitavam a imensa vastidão do Oeste. Seu ato de ir além dos limites e dominar o inóspito, uma vez que por seu intermédio a primeira estrada que levava ao Oeste foi aberta, chamada de *Wilderness Road*, propiciou aos habitantes das colônias inglesas a tão almejada liberdade. Ele, supostamente teria participado da formação dos Estados Unidos tal qual hoje conhecemos, levando a “civilização” a ambientes habitados por indígenas, que eram vistos como ‘bravios’ e ‘selvagens’. *John Filson*, descreveu a experiência do jovem desbravador na Guerra de *Kentucky*, enriquecida com muito heroísmo e bastante semelhança com a ficção dos anos 1960, que o transformou em personagem de série televisiva. Exaltou o caráter heroico deste homem que “destituiu um espaço selvagem” para dotá-lo de ‘civilidade’, que trouxe luz e fertilidade a terras que outrora estavam entregues às trevas e aos indígenas ‘selvagens’. Quando o fundador de *Boonesborough* rompeu as fronteiras que separavam os limites das Treze Colônias Inglesas e adentrou terras não pertencentes à coroa, não se rompia apenas uma fronteira política, assistia-se, em especial, a um avanço da ‘civilização’ sob o selvagem, sob o ‘wilderness’ intocado pelos brancos. Partilhava-se das ideias trazidas na bagagem por alguns grupos de pioneiros desta porção americana que viam a ‘nova terra’ como ambiente propício para desenvolver um ‘novo povo’, por Deus escolhido. O progresso seria este avanço moral, intelectual e material sob terras tidas virgens, habitadas por um “outro” que incomodava, pois oferecia a resistência ao ‘herói’. Sobre Daniel Boone, ver: FILSON, John. ***Life and adventures of Colonel Daniel Boon: the first white settler of the state of Kentucky***. New York, 1916; REID, Darren R. (org.) ***Daniel Boone and others on the Kentucky frontier: autobiographies***

que por estar em atraso parecia carecer de transformação, diga-se neste contexto, de uma intervenção “civilizacional”¹⁹.

Os estereótipos que eram compartilhados por estadunidenses em relação à América Latina, muitas vezes fruto de um desconhecimento em relação a este “outro” ou resultado de uma supervalorização de suas características nacionais, que acabavam minimizando os demais, refletiam em diversos discursos, orais ou imagéticos, nos Estados Unidos. O historiador John Johnson, buscando mostrar as maneiras como a América Latina era estereotipada em seu país, analisou em sua obra “*Latin America in caricature*”²⁰, as representações imagéticas produzidas nas décadas finais do século XIX e anos iniciais do século XX, constatando que os cartunistas, a partir destas imagens, refletiam o ambiente de preconceito e desconhecimento quando o assunto se referia às maneiras como viam os “outros americanos”. Tais profissionais esboçavam o ambiente no qual estavam imersos, que entendia os latino-americanos como inferiores cultural e economicamente, a partir de discursos “pseudocientíficos”, onde características físicas e diferenças culturais eram as justificativas empregadas para se pensar em povos superiores aos outros.

Das maneiras mais usuais utilizadas para representar o latino-americano, três chamaram a atenção do autor, por seu significado implícito e por sua corrente utilização: eles eram associados de forma recorrente a negros, crianças e mulheres. Em uma sociedade onde o homem possuía relativo poder sob a mulher (no ambiente doméstico e espaços públicos), retratar a América Latina como mulher, traduzia a sua submissão ou pouca expressão perante os “mandos e desmandos” dos Estados Unidos. Quando eram retratadas como crianças em face do “Tio Sam” (o adulto da cena), pressupunha-se sua imaturidade e necessidade de vigilância pela “grande nação do Norte”, que teria em suas mãos o papel de coadjuvante sobre seus destinos como nações

and narratives, 1769-1795. North Carolina/ London: Mc Farland/Company, Inc., Publishers, 2009.

¹⁹ JUNQUEIRA, Mary Anne. **O Imaginário da Conquista do Oeste e as Representações sobre a América Latina na revista Seleções do Reader's Digest.** VARIA HISTORIA, Belo Horizonte, nº 23, Jul/00.

²⁰ JOHNSON, John. **Latin America in caricature.** (2ª ed) Austin, Texas: University of Texas Press, 1997.

independentes. Existiria um “fardo civilizacional” deste povo que, por possuir uma tecnologia superior, bem como a democracia e a república, caberia a eles a transformação de tais sociedades. Por fim, a associação a negros, levava automaticamente os latino-americanos a serem vistos como a antítese da ética puritana, da sociedade WASP, do ideal “americano”.

Voltando ao ambiente intelectual brasileiro, na década de 1980, Gerson Moura publicou um pequeno livro, integrante da coleção “Tudo é História”, com o título “Tio Sam chega ao Brasil: a penetração cultural americana”, onde trouxe um estudo ainda inédito no país sobre o “Office of the Coordinator of Inter-American Affairs (OCIAA)²¹”, chamado pelo autor de “Birô Interamericano” (embora tal expressão não tenha sido encontrada em nenhum momento na documentação oficial, ou em jornais em circulação na época no Brasil). Sendo um trabalho pioneiro das relações culturais entre Brasil e Estados Unidos na década de 1940, no tocante à Política da Boa Vizinhança²², Moura aborda, de maneira didática e abrangente, a atuação desta agência e a veiculação de seus “produtos culturais” com vistas ao estreitamento das relações diplomáticas entre os dois países. Fica evidente que, mesmo se apoiando sobre uma justificativa de “auxílio mútuo”, esta “nova face” da política externa dos Estados Unidos, não passou de uma política de mão única, beneficiando o lado mais forte, neste caso, o país de Roosevelt. Ao mesmo tempo, em outras obras produzidas pelo autor, fica latente que mesmo em meio às suas tentativas de hegemonia, o governo brasileiro soube conduzir, sabendo tirar proveito da situação e conseguindo, por

²¹ Agência cultural interamericana, vigente entre os anos de 1940 a 1946, criada pelo Departamento de Estado durante o governo *Roosevelt* e coordenada pelo magnata do petróleo Nelson Rockefeller, com vistas ao estreitamento com a América Latina durante a Segunda Guerra Mundial. Sua criação e atuação no Brasil serão estudados no decorrer desta tese.

²² Outros autores, hoje referenciais para o estudo das relações entre Brasil e Estados Unidos, passaram a produzir pesquisas significativas nas décadas de 1970, 1980 e 1990, que relatavam, de formas distintas, como mesmo em meio às tentativas dos Estados Unidos de buscarem maneiras para manter sua hegemonia no país, Vargas soube se aproveitar da situação e “negociar”, “barganhar”, como afirmou Gerson Moura, buscando os benefícios que tais relações poderiam render ao país. Entre estes autores podemos citar: BANDEIRA, Luiz Alberto Moniz. **Presença dos Estados Unidos no Brasil**. Rio de Janeiro: Ed. Civilização Brasileira, 1973; GAMBINI, Roberto. **O Duplo Jogo de Getúlio Vargas: Influência Americana e Alemã no Estado Novo**. São Paulo: Símbolo, 1977; HILTON, Stanley. **Oswaldo Aranha: Uma biografia**. Rio de Janeiro: Objetiva, 1994; McCANN, Frank D. **Aliança Brasil-Estados Unidos – 1937-1945**. Rio de Janeiro: Bibliex, 1995; MOURA, Gerson. **Autonomia na Dependência. A Política Externa Brasileira de 1935 a 1942**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1980; SEITENFUS, Ricardo Antônio Silva. **O Brasil de Getúlio Vargas e a formação dos blocos: 1930-1942**. São Paulo: Nacional, 1985.

meio de empréstimos, a construção de indústrias de base necessárias para galgar a autonomia industrial da maior nação da América do Sul²³.

Anos mais tarde, o historiador Antonio Pedro Tota, também se dedicou a este tema, a partir de estudos sobre Nelson Rockefeller e o OCIAA²⁴. Em “O imperialismo sedutor – a americanização do Brasil na Segunda Guerra”, datado originalmente do ano 2000, Tota expôs, de maneira abrangente, o “escritório interamericano” a partir dos conteúdos trazidos por seus filmes, revistas, panfletos, sem se delongar demais sobre eles, objetivando, por meio do estudo desta “agência”, os meios utilizados para “seduzir” os brasileiros e levá-los a uma aceitação das políticas estadunidenses no país. Tal política de aproximação, iniciada durante a Segunda Guerra Mundial, teria propiciado uma “americanização” dos brasileiros, que hoje se vê, a todo o momento, no consumo de seus produtos e na aspiração do “American Way of Life”.

Voltado de maneira análoga ao estudo do OCIAA, Darlene Sadlier, historiadora estadunidense, destacou em “Americans All”, as principais preocupações e as ações do “escritório interamericano” coordenado por Nelson Rockefeller na década de 1940. Um ponto importante trazido pela autora foi salientar que por muito tempo houve divergências sobre o tipo de imagem dos Estados Unidos a ser veiculado na América Latina, de modo que não parecesse uma confrontação frente às suas disparidades culturais e econômicas e que não causasse hostilidades aos seus receptores. Ao buscar tais “imagens”, o que exigia, ao mesmo tempo, um consenso sobre o que seria os Estados Unidos, sua modernidade e prosperidade, elas foram mostradas como possíveis de serem alcançadas e por meio de visões utópicas, as classes mais ricas da sociedade latino-americana passaram a almejá-las. A democracia capitalista, veiculada de forma pujante, foi transmitida por meio de imagens, discursos e apoio financeiro²⁵.

²³ MOURA, Gerson. **Tio Sam chega ao Brasil**: A penetração cultural americana. São Paulo: Brasiliense, 1984.

²⁴ TOTA, Antonio Pedro. **O amigo americano**: Nelson Rockefeller e o Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 2014 e **O Imperialismo sedutor**: a americanização do Brasil na Segunda Guerra. São Paulo: Companhia das Letras, 2000. Outra obra do autor, que fala dos estadunidenses de uma maneira mais ampla é: **Os americanos**. São Paulo: Contexto, 2009.

²⁵ SADLIER, D. J. **Americans All - Good neighbor cultural diplomacy in world war II**. Austin: University of Texas Press, 2012.

Abrangendo o escopo de possibilidades deste tema, Erica Monteiro, em sua tese de doutorado, analisou o papel que os meios de “produção cultural” (propaganda comercial, cinema e rádio) tiveram na difusão da política externa estadunidense que era destinada aos latino-americanos durante o período da Segunda Guerra. A relação Estado/iniciativa privada entra em cena neste trabalho que enfatiza pontos importantes para se perceber como empresários, em sua íntima associação com as políticas governamentais, buscaram seu espaço em um provável mercado no cenário pós-guerra. Tal parceria, para Monteiro, “(...) foi fundamental para transformar a imagem do país perante os latino-americanos”, dado que manter tais povos sob sua zona de influência, poderia “(...) consolidar as relações comerciais que possibilitaram converter a América Latina em um mercado consumidor para os produtos norte-americanos”²⁶.

Um dos pontos relevantes do trabalho de Monteiro e sua contribuição para pensarmos nossa problemática, pode ser destacado como a tentativa de instauração de uma linguagem uniforme articulada pelo OCIAA a partir da participação da iniciativa privada, que deveria seguir tais orientações ao anunciar seus produtos na América Latina. Por meio do projeto “Cooperation with U. S advertisers in the other American Republic”, implantado em 1942, aqueles que possuíam negócios nesta região e conseqüentemente divulgava seu produtos nos meios de comunicação, passaram a articular sua linguagem publicitária à temáticas pré-estabelecidas pelo OCIAA, que tinha a intenção de mostrar a consonância de pensamento que haveria entre governo e população dos Estados Unidos e “vender” o esforço de guerra como algo imprescindível para sua sociedade. Destarte, algumas regulamentações foram fixadas oficialmente para serem levadas em consideração por aqueles que criavam anúncios publicitários. Deveriam ser salientados: o poder da Marinha e do Exército dos Estados Unidos e sua habilidade; o potencial humano e a riqueza dos recursos naturais; a tradição de defesa, de liberdade e de tolerância do governo

²⁶ MONTEIRO, Erica G Daniel. **Quando a Guerra é um negócio**: F. D Roosevelt, Iniciativa privada e relações interamericanas durante a II Guerra Mundial. Curitiba: Editora Prismas, 2014, p. 21.

estadunidense; e em especial, ressaltou-se a “sinceridade” nos atos dos Estados Unidos no continente americano e na ofensiva contra os nazifascistas²⁷.

Ursula Prutsch²⁸, historiadora contemporânea, dialoga com trabalhos brasileiros e busca compreender este cenário complexo ao qual os Estados Unidos são protagonistas na década de 1940. Em artigos como “Americanization of Brazil or A Pragmatic Wartime Alliance?”, baseia sua argumentação sobre a suposta “americanização” do Brasil durante o período da Segunda Guerra, na qual Tota pauta alguns de seus estudos, e que segundo suas conclusões não teria ocorrido de fato. Sua tese reside em mostrar que existia um projeto nacionalista prévio, já em vigor, advindo dos propósitos de Vargas, que apenas encontrou no “modelo americano”, um aporte. As mudanças nos campos social, econômico ou mesmo cultural, já estavam em curso quando Rockefeller e sua equipe chegaram ao Brasil, mostrando que o país não seria um receptor passivo dos ditames de Washington, mas sim, articulou seus projetos com o “recém-chegado” Estados Unidos. A atuação do DIP foi um exemplo desta não passividade do governo brasileiro, que fiscalizara enormemente tais produtos culturais estrangeiros antes que eles chegassem ao seu público alvo.

Assim sendo, partindo destes e de outros autores, basearemos nossa narrativa no decorrer dos quatro capítulos *a priori* propostos, buscando mostrar em que ponto ela se conecta ou rompe com algumas destas importantes contribuições historiográficas.

Fontes documentais e os pressupostos teórico-metodológicos.

O escopo documental desta tese, basicamente, provém do governo estadunidense, que por meio do Departamento de Estado e do OCIAA, promoveu a Política da Boa Vizinhança. Assim, trata-se de materiais oficiais,

²⁷ Idem, p. 110 a 144.

²⁸ Em especial nestes dois trabalhos, a autora expõe sua ideia de articulação dos programas nacionalistas aos projetos fomentados por estadunidenses durante a Segunda Guerra Mundial. PRUTSCH, Ursula. ***Americanization of Brazil or A Pragmatic Wartime Alliance? The Politics of Nelson Rockefeller's Office of Inter-American Affairs in Brazil During World War II***. Passagens. Revista Internacional de História Política e Cultura Jurídica, Rio de Janeiro: vol. 2 n.4, maio-agosto 2010, p. 181-216; PRUTSCH, Ursula. *Nelson A. Rockefeller's Office of Inter-American Affairs in Brazil*. In: CRAMER, Gisela; PRUTSCH, Ursula (org). **iAmericas Unidas!**: Nelson A. Rockefeller's Office of Inter-American Affairs (1940-46). Madri: Iberoamericana; Frankfurt: Vervuert, 2012.

englobando relatórios, panfletos e periódicos, cuidadosamente selecionados na Library of Congress, Washington/ DC e National Archives College Park, situado no estado de Maryland/Estados Unidos. A propósito, a grande parte da documentação referente a este “escritório interamericano” encontra-se armazenado neste último, situado na pequena cidade de College Park, região metropolitana de Washington/DC.

Em um outro momento deste trabalho, utilizamos obras impressas de brasileiros, que de maneira geral, relataram suas experiências de viagens nos Estados Unidos, e a partir destas narrativas, buscamos perceber como os projetos do OCIAA, para a disseminação de seu país para estrangeiros, era realizada e apropriada por estes viajantes da terra de “Tio Sam”. Também nos embasamos em alguns periódicos brasileiros contidos na Biblioteca Nacional, Rio de Janeiro, que por meio do projeto “Hemeroteca Digital”, jornais e revistas datados do século XIX e XX, puderam ser acessados com facilidade e foram imprescindíveis para pensarmos nossa problemática e construirmos nossa narrativa.

A forma como lidamos com tais materiais (nossas “fontes históricas”), precisam ser, rapidamente evidenciadas, para que o leitor possa perceber os “acertos”, as “ausências” e as “lacunas” metodológicas que, em todo trabalho acadêmico, necessitam, constantemente de preenchimento ou reformulação, possibilitando o surgimento de uma “História Problema”, ao invés de uma “história-narrativa”, que dissimula, como chamou atenção Le Goff, “opções ideológicas e procedimentos metodológicos que, pelo contrário, devem ser enunciados²⁹”.

Grande parte de nossas “fontes de pesquisa” são “documentos oficiais”, e foram elas, os primeiros materiais a serem utilizados por historiadores “profissionais” do século XIX, quando se buscou a legitimação de Estados Nacionais, com a formação de um “panteão” de “grandes” homens e “heróis” nacionais. Estudiosos como Leopold Von Ranke, valorizavam tais escritos sobremaneira que a História parecia apenas deles emanar. Buscava-se sobretudo, a reconstrução de um passado “tal como aconteceu”, onde a “verdade absoluta” dos fatos políticos emergiria, cabendo ao historiador, a tarefa de

²⁹ LE GOFF, Jacques. **A história nova**. São Paulo: Martins Fontes, 1990, p. 7.

evidenciá-las. Como estava intrinsicamente relacionado aos governos e suas atividades, a política era a sua principal temática e o poder, com um reduzido campo de significado, estava ligado a este contexto. Os rumos políticos aos quais eram destinadas as nações, nada mais eram do que resultado do feito de “grandes personalidades”, “grandes heróis”³⁰.

No entanto, os espaços pertencentes ao poder foram ao longo das últimas décadas, significativamente ampliados, sendo compreendido não somente como propriedade dos parlamentos ou inseridos nas gavetas do executivo. Importando-se com as relações de poder existentes nas microunidades políticas, ideologias, movimentos sociais e políticos, revoluções, a História desperta-se também para as relações interindividuais, como os micropoderes, relações de poder dentro das famílias, relacionamentos entre grupos. Abre-se para representações políticas, símbolos, mitos políticos, teatro de poder, ou o discurso, onde passa a compreender que o poder não ocorre apenas do Estado para com a sociedade, ou dos setores mais abastados para os marginalizados. Os atores hoje da História política, segundo José D’Assunção Barros, advêm de outros territórios, antes negligenciados³¹.

A “Nova História Política” resgata os sujeitos ‘esquecidos’ pela História Política tradicional, possibilitando ao homem comum, por exemplo, um papel de protagonista nas transformações da História. Sua ação passa a ser vista em outros ambientes e a cultura³², com uma significação também ampliada, que não mais se limita à “alta cultura”, passa a abrigar estas ações de homens e mulheres, tantas vezes, anônimos. Dentro do campo da História Política, dessa maneira, o poder e a cultura, com suas novas apropriações, transpassam o

³⁰ LE GOFF, Jacques. A Política será ainda a ossatura da História? IN. **O maravilhoso e o quotidiano no ocidente medieval**. Lisboa: Edições 70, 1983.

³¹ BARROS, José D’Assunção. História Política, Discurso e Imaginário: Aspectos de uma interface. **S/ECULUM, Revista de História**. João Pessoa, jan/jun. 2005, p. 128.

³² Na atualidade, a noção de cultura e de civilização encontra-se também em discussão, remodelando seus significados, uma vez que a partir da Antropologia, Etnologia e História o estudo sobre as sociedades passou a considerar a diversidade cultural e uma coexistência de temporalidades, recusando um escalonamento pelo progresso e de uma História Universal. Termos estes que ainda são contraditórios para historiadores ou demais pesquisadores sociais, mas que adquiriram conotações nas últimas décadas que prezam muito mais pela tolerância e respeito dos diferentes povos ou grupos sociais. Independentemente de serem tribos ou Estados institucionalizados, as *culturas* hoje são consideradas dinâmicas e históricas. Sobre o conceito de cultura e de suas “novas possibilidades”, ver: CUCHE, Denys. **A noção de cultura nas Ciências Sociais**. Tradução de Viviane Ribeiro. Bauru: EDUSC, 1999; MARTINS, Estevão C. de Rezende. **Cultura e Poder**. (2ª ed) São Paulo: Saraiva, 2007.

aspecto apenas institucional e/ou estatal que antes buscava, prioritariamente, pesquisar. Embora nosso trabalho abarque as representações e os “jogos de poder” a partir dos produtos culturais (panfletos, revistas, informativos e livros), não desvincularemos seus significados e suas intenções dos projetos advindos do Estado e de grupos privados, que articularam, conjuntamente, este material com vistas à sua distribuição no continente latino-americano. Os documentos oficiais analisados, como pressupõe-se, não serão tidos como portadores de uma verdade absoluta (e não consideráramos essa possibilidade), ou gestados a partir de discursos uníssonos. Seu conteúdo, assim como o dos demais materiais, serão sempre observados a partir dos silêncios, omissões, contradições e intenções.

Quando lidamos com periódicos, como a “Revista Em Guarda” e a “Carta Informativa Interamericana” (presentes em nosso terceiro capítulo), algumas questões devem ser consideradas, em especial, sobre a imprensa, que regula a produção e a distribuição destas informações impressas, especialmente por sua força política, que propicia sua “vigilância constante”³³. E por serem portadores desta força política, pois encontramos neles “(...) projetos políticos e visões de mundo representativos de vários setores da sociedade³⁴”, que este material se torna tão provocante no estudo de grupos sociais imersos em uma determinada temporalidade. Compreender sua condição sócio histórica, uma vez que jamais eles serão neutros ou isentos dos interesses de seus produtores, faz-se um dos maiores desafios do pesquisador³⁵. Como chamou atenção Tânia Regina de Luca e Ana Luiza Martins:

Jornais, revistas, rádios e televisões são empresas e, portanto, também buscam lucros. De outra parte, negociam um produto muito especial, capaz de formar opiniões, (des) estimular comportamentos, atitudes e ações políticas. Elas não se limitam a apresentar o que aconteceu, mas selecionam, ordenam, estruturam e narram, de uma determinada forma, aquilo que elegem como fato digno de chegar até o público³⁶.

³³ CAPELATO, Maria Helena. **Imprensa e História do Brasil**. São Paulo: Contexto/EDUSP, 1988.

³⁴ Idem, p. 34.

³⁵ CAPELATO, Maria Helena. PRADO, Maria L. **O Bravo Matutino**. São Paulo: Editora Alfa-Romeu, 1980.

³⁶ LUCA, Tania Regina de; MARTINS, Ana Luiza. **Imprensa e cidade**. São Paulo: Editora UNESP, 2006, p.11.

Partindo destes cuidados, que toda a documentação histórica precisa receber, para que realmente elas propiciem trabalhos significativos, originais e relevantes, buscaremos nestas “figuras de memórias³⁷” (imagens e discursos), a historicidade que envolveu a associação dos Estados Unidos como portadores de superioridade material, moral e intelectual, onde, por representações do “vir a ser”, alguns brasileiros vislumbraram “novos tempos” em sua História. Por meio de decisões políticas e um contexto beligerante, a imagem da terra do “Tio Sam” no Brasil foi construída (ou reconstruída) em ligação estreita a de progresso e modernidade. Situar estas representações, como denominou Roger Chartier³⁸, vinculando-as aos grupos que as criaram, evidencia os jogos de poder ao qual elas estavam, preponderantemente, imersas.

Estruturamos este trabalho, que busca responder aos objetivos destacados (ou propiciar mais questionamentos), em quatro capítulos, sendo eles: no primeiro capítulo, será destacado o movimento de aproximação cultural fomentado pelos Estados Unidos voltado à América Latina, que desde as primeiras “Conferências Interamericanas” no século XIX, já influenciavam os caminhos que seriam tomados rumo ao restante do continente. O segundo capítulo, buscará, por meio de pesquisas de opinião pública, realizadas pela American Social Surveys, perceber as tendências de opinião de ambos os povos (brasileiros e estadunidenses), em relação à “Política da Boa Vizinhança”. Em uma terceira parte, alguns periódicos serão analisamos, como a revista “Em Guarda”, “Carta Informativa Americana” e *The New York Times Overseas*, que propiciarão uma maior compreensão dos conteúdos veiculados no Brasil por meio da seção Press and Publications. Por fim, no quarto e último capítulo, verificaremos como a “União Cultural Brasil e Estados Unidos”, centro cultural inaugurado na década de 1930, serviu como ambiente de trocas intelectuais entre brasileiros e estadunidenses antes mesmo da Segunda Guerra Mundial, e em seu alvorecer, auxiliou no intermédio dos programas de intercâmbio, que

³⁷ SILVA, Kalina Vanderlei, SILVA, Maciel Henrique. **Dicionário de Conceitos Históricos**. São Paulo: Contexto, 2005.

³⁸ CHARTIER, Roger. **A História Cultural**: entre práticas e representações. Tradução: Maria Manuela Galhardo. 2ªed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil; Lisboa: Difel. 2002.

despertou em alguns brasileiros uma demasiada euforia sobre a terra que haviam conhecido nas viagens à terra de Tio Sam ao qual haviam sido convidados a visitar.

CAPÍTULO 1

AGÊNCIAS INTERAMERICANAS COMO PORTA-VOZES DE UM AMERICANISMO (RECÉM?) SAÍDO DO FORNO.

“Cultural diplomacy is one of the most potent weapons in the United States’ armory, yet its importance has been consistently downplayed in favor of dramatic displays of military might. It should never be an optional extra, nice thing to do if there’s time but hardly a national priority”.

Helena Finn, Foreign Affairs, nov/dez. 2003.

O Office of the Coordinator of Inter-American Affairs não foi a primeira agência nos Estados Unidos que buscou estreitar laços culturais com a América Latina³⁹. Embora tenha sido a mais importante delas no período da Segunda Guerra Mundial, pela amplitude de sua atuação ao longo dos seis anos em que existiu (1940-1946), pela junção da iniciativa privada e pública, ou para ficar nas palavras de Darlene Sadlier, por ter sido “(...) umas das primeiras agências estadunidenses especificamente criadas para oficializar uma diplomacia cultural em larga escala”⁴⁰, outras entidades, desde o fim do século XIX, já estavam engajadas na união continental por vias culturais. Ao mesmo tempo em que inúmeras incursões militares ocorriam na região Caribenha e na América Central, a partir de políticas como a Doutrina Monroe⁴¹, de 1823, ou de sua intensificação, no século XX, com o Big Stick⁴², a cultura, lentamente, passava a “dinamizar

³⁹ Para a construção desta pesquisa, compartilho da formulação do historiador Antonio Pedro Tota, que entende o *americanismo* como uma ideologia, como um conjunto de práticas e valores disseminados pelos estadunidenses ou compartilhados dentro de suas fronteiras que tendem a caracterizar a democracia, o progressismo e a liberdade como expoentes genuínos de sua possível superioridade perante as demais nações. TOTA, Antonio Pedro. **O Imperialismo sedutor: a americanização do Brasil na Segunda Guerra**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

⁴⁰ Texto original: “(...) one of first U. S government agencies specifically created to enact a large-scale cultural diplomacy initiative”. In: SADLIER, D. J. **Americans All** - Good neighbor cultural diplomacy in world war II. Austin: University of Texas Press, 2012, p.4.

⁴¹ Desde 1823, quando o presidente estadunidense anunciou ao Congresso de seu país a pretensão de não interferir nos conflitos europeus e impedir que tais potências inaugurassem novas colônias em seu continente, opondo-se a uma provável recolonização das ex-colônias europeias na América (hipótese pouco provável, segundo o historiador *Lars Shoultz*), que a América Latina pareceu estreitar mais um capítulo em sua História de dominação. A nova doutrina, batizada como *Doutrina Monroe* - nome de seu idealizador *James Monroe* - mostrava, nas entrelinhas, a que se propunha: a partir da máxima pelo qual ficou conhecida, “América para os americanos”, simbolizava que os novos tempos haviam levado suas antigas metrópoles, mas em contrapartida, sinalizavam novos alçozos chegando. Como tudo na História é imprevisível, após este anúncio, pouco foi realizado, política ou militarmente falando, no continente. Por estar voltada ao seu crescimento territorial que estendeu os antigos limites das Treze Colônias Inglesas até o Pacífico, fatores de ordem interna, em especial a Guerra de Secessão, que quase culminou na fragmentação dos Estados Unidos da América, fizeram com que a Doutrina Monroe ficasse, mais restrita, a um prenúncio. Disponível em: “*Primary Documents in American History*”, <http://www.loc.gov/rr/program/bib/ourdocs/Monroe.html>. Acesso em 20/12/2015.

⁴² *Theodore Roosevelt*, em novos arranjos de sua Política externa, decretou o Corolário Roosevelt, ementa à Doutrina Monroe que propunha uma política mais áspera com os latino-americanos em caso de alguma transgressão. Inaugurava-se o *Big Stick*, que segundo o presidente, os Estados Unidos fariam com “suavidade”, mas manteriam sempre um “porrete em mãos”, em referência a um antigo provérbio africano. Mantendo sua palavra, inúmeras intervenções ocorreram nos anos seguintes, em especial na América Central, fomentando severas críticas, receios e animosidades ao “vizinho do Norte”. A recorrência ao “Grande porrete” revelava enfim, as antigas intenções subentendidas. In: MOURA, Gerson. **Tio Sam chega ao Brasil**. São Paulo, Brasiliense, 1984, p.16.

estas relações internacionais”⁴³, especialmente, em um contexto onde iam se configurando novas relações econômicas ou sociais, onde a “(...) crescente capacidade de organização das sociedades modernas cria e alimenta uma demanda constante de intercâmbio econômico e cultural.⁴⁴” Neste cenário mais complexo, onde o intercâmbio de bens, pessoas e informações era cada vez mais intensificado, os limites do Estado-nação também se ampliavam, abrindo espaço para a atuação de outros organismos, estatais ou não⁴⁵. Embora tenha sido após a Segunda Guerra Mundial que os sistemas multilaterais ou organizações intergovernamentais tenham efetivamente se estabelecido (em especial com a criação da Organização das Nações Unidas em 1945), o surgimento de conferências ou organizações que buscavam o consenso entre os países envolvidos desde as últimas décadas do século XIX, sinalizavam novos tempos nas relações internacionais⁴⁶.

A origem dos primeiros organismos multilaterais de cooperação internacional nos tempos modernos remonta ao século XIX, momento em que foram encampadas iniciativas ainda incipientes de estreitamento de laços internacionais através da constituição de organizações específicas, a exemplo das comissões fluviais e de uniões administrativas, destinadas a solucionar problemas comuns a vários países, principalmente no plano comercial e administrativo⁴⁷.

No contexto de surgimento destas organizações, congressos ou conferências de auxílio mútuo, que Edwin Harvey chamou de período da

⁴³ BARÃO, Giulia Ribeiro. **Cultura e Diplomacia Cultural No Século XXI**: Proposta De Revisão do Pensamento Brasileiro de Relações Internacionais. Monções: Revista de Relações Internacionais da UFGD, Dourados, v.3. n.5, jan./jun., 2014.

⁴⁴ RIBEIRO, Edgard Telles. **Diplomacia cultural**: seu papel na política externa brasileira. Brasília: Fundação Alexandre Gusmão, 2011, p.22.

⁴⁵ A sociedade civil, bem como os partidos políticos, chamados de “grupos de interesse” na terminologia cunhada pelas Relações Internacionais, são influentes em Estados democráticos, como nos Estados Unidos, onde detém grande poder. Até o século XX, verificou-se uma hegemonia dos Estados nacionais como atores internacionais, situação que foi lentamente transformada, durante a primeira metade do século, onde houve um crescimento do espaço das Organizações Internacionais Governamentais e posteriormente das Forças Transnacionais. PECEQUILO, Cristina Soreanu. **Introdução às Relações Internacionais**: Temas, atores e visões. 9.ed. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2012.

⁴⁶ PITOMBO, Mariella. **Uma agenda cultural para o desenvolvimento humano**: o papel das agências multilaterais na formulação das políticas culturais. In: <http://www.cult.ufba.br/Artigos/Mariellaumaagenda.pdf>. Acesso em 23/05/2016.

⁴⁷ Idem.

“Diplomacia de Conferência⁴⁸”, se destacaram na América, as Conferências pan-americanas⁴⁹. Realizadas entre os anos de 1890 a 1954⁵⁰, que segundo alguns historiadores, acabaram por desnudar intenções que consistiam na tentativa de inserção econômica e política dos Estados Unidos no hemisfério⁵¹, podemos tomá-las como cruciais para o surgimento de agências, com programas de alcance nacional ou internacional, a partir de suas “superlegislaturas internacionais, uma vez que frutificavam importantes acordos internacionais e deliberavam a criação de organismos multilaterais permanentes”⁵². Algumas destas entidades, inauguradas no final do século XIX e início do século XX, sob os clamores surgidos nas Conferências Pan-americanas, buscavam aproximar econômica e socialmente o continente. Com alcance internacional, possuíam

⁴⁸ HARVEY, Edwin, Apud, PITOMBO, Mariella. Uma agenda cultural para o desenvolvimento humano: o papel das agências multilaterais na formulação das políticas culturais, p.3.

⁴⁹ Diante dos movimentos unitaristas que se proliferavam na Europa, como o pan-eslavismo, pangermanismo, surge nos Estados Unidos, com a entrada de *James Blaine* ao Departamento de Estado, a ideia do pan-americanismo, com o intuito de agregar os americanos do continente. In: ZUSMAN, Perla. Pan-americanismo e arbitragem nos conflitos de limites: A participação dos Estados Unidos na definição da fronteira argentino-chilena na Puna de Atacama (1899). **Cuad. geogr.**, Bogotá, v. 23, n. 2, jul. 2014. Disponível em <http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-215X2014000200007&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em 22 jan. 2016. <http://dx.doi.org/10.15446/rcdg.v23n2.38230>.

⁵⁰ Este movimento, que buscava unir as Américas (principalmente sob o ponto de vista econômico), conseguiu colocar em prática seus intuitos por meio de conferências que ocorreram entre 1890 a 1955. A primeira Conferência Pan-americana sediada em *Washington/DC*, que resultou no *Commercial Bureau of the American Republics*, posteriormente conhecido como *Pan American Union*⁵⁰, buscou abarcar os campos econômicos, culturais, sociais e intelectual, com vistas ao estreitamento das relações entre americanos. Outras conferências foram realizadas nos anos seguintes, sendo elas: 1901/02-Cidade do México; 1906-Rio de Janeiro; 1910-Buenos Aires; 1923-Santiago do Chile; 1928-Havana; 1933-Montevidéu; 1938-Lima; 1945-Chapultepec; 1947-Rio de Janeiro; 1948-Bogotá; 1954-Caracas⁵⁰.

⁵¹ Na historiografia recente, que buscam abordar as motivações do surgimento das Conferências Panamericanas, destaca-se o enfoque que se dá aos interesses nos Estados Unidos na região, que por meio de suas resoluções e acordo, buscava manter sua hegemonia em tempos de Big Stick. Podemos destacar alguns estudiosos que se preocupam com esta temática: BANDEIRA, Luiz Muniz. **Estado Nacional e Política Internacional na América Latina: o Continente nas Relações Argentina e Brasil (930-1992)**. Brasília: Ed. UnB, 1993; BANDEIRA, Luiz Muniz. **Conflito e integração na América do Sul – Brasil e Estados Unidos: da Tríplice Aliança ao Mercosul (1870-2003)**. Rio de Janeiro: Revan, 2003; BETHEL, Leslie (ed). **Brazil Empire and Republic, 1882-1930**. Cambridge: Cambridge University Press, 1989; BUENO, Clodoaldo. “**Pan-americanismo e projetos de Integração: temas recorrentes na história das relações hemisféricas(1826-2003)**”. *Política Externa*, São Paulo, v.13, n.1, p. 65-80, 2004; CASTILLA, José Joaquim Caicedo. **El Panamericanismo**. Buenos Aires: Roque de palma Editor, 1961; CERVO, Amado Luiz. **Relações Internacionais na América Latina: Velhos e Novos Paradigmas**. Brasília: ed. FUNAG, 2001; CERVO, Amado Luiz; DOPCKE, Wolfgang (orgs). **Relações Internacionais dos Países Americanos**. Brasília: Linha Gráfica Editora, 1994.

⁵² PITOMBO, Mariella. **Uma agenda cultural para o desenvolvimento humano: o papel das agências multilaterais na formulação das políticas culturais**, p. 3. In: <http://www.cult.ufba.br/Artigos/Mariellaumaagenda.pdf>. Acesso em 23/05/2016.

diretórios e sede nos mais distintos países participantes, tendo como força aglutinadora, os interesses dos Estados Unidos na região. Podemos destacar a primeira delas, a “União Internacional das Repúblicas Americanas”, surgida em 1889, a partir da 1ª Conferência Internacional Americana em Washington, e que posteriormente, em 1910, tornar-se-ia a “União Pan-americana⁵³”.

Inicialmente, idealizada para estimular as relações comerciais entre as Américas, aos poucos, foi abarcando outros objetivos, que incluía integrar a região a partir do âmbito social e cultural, por meio de sua Division of Intellectual Cooperation (Divisão de Cooperação Intelectual). Chefiado por Concha Romero James, esta divisão estava devotada a promover o intercâmbio artístico e intelectual entre as Américas. Por meio de seus esforços, foi possível fornecer alguns materiais sobre a América Latina para estadunidenses. Alguns livros foram traduzidos sobre a cultura da região, alguns por James: “An annotated bibliography of latin american literature” e “The Pan American Union in the field of inter-American cultural relations: a memorandum⁵⁴”. Outras instituições interamericanas, que visavam o fortalecimento entre os Estados a partir da atuação em diferentes áreas, como da saúde pública, surgiam na América. Buscando a eliminação de pragas e epidemias, foi estabelecido em 1902, o Pan American Sanitary Bureau, lançando diretrizes para quarentena e controle de doenças tropicais, que, por não serem erradicadas ou tratadas com devidos cuidados, acabavam por fazer padecer milhares de pessoas, todos os anos. Seus trabalhos, em alguns momentos, se uniram aos do Rockefeller Foundation⁵⁵ em suas campanhas contra o mosquito *Aedes Aegypt*, (responsável pela proliferação de doenças em regiões tropicais). Hoje, com o

⁵³ A União Panamericana foi um primeiro passo dado na América para a criação de um organismo intergovernamental, que agregasse interesses e tratasse de pautas de interesse mútuo entre as repúblicas do continente. Em 1948, a partir desta experiência de integração regional, surge a Organização dos Estados Americanos (OAS), hoje integrando 35 países membros.

⁵⁴ Disponíveis em: “The online books page”, <<http://onlinebooks.library.upenn.edu/webbin/book/lookupname?key=James%2C%20Concha%20Romero>>. Acesso em 02/06/2016.

⁵⁵ A Fundação Rockefeller, agência criada em 1913 nos Estados Unidos, atua, ainda na atualidade nas áreas de saúde, educação e filantropia. Em 1916 iniciou suas atividades no Brasil, auxiliando no combate à febre amarela e outras doenças tropicais, bem como atuando sobremaneira na organização do curso de medicina da Universidade de São Paulo. MARINHO, Maria Gabriela. **Norte-americanos no Brasil: Uma história da Fundação Rockefeller na Universidade de São Paulo (1934-1952)**. Campinas, SP: Autores Associados, São Paulo: Universidade São Francisco, 2001.

nome, Pan American Health Organization, ela pertence à Organização Mundial da Saúde (OMS). Voltadas também à saúde pública, outras duas agências surgiram, propondo auxílio e melhoria da qualidade de vida para crianças e mulheres do continente. A primeira, que fomentava o desenvolvimento infantil, promoveu estudos mais avançados no tocante aos cuidados das mães, bem como de problemas que afetavam crianças e adolescentes. Ela recebeu o nome de The American International Institute for the Protection of the Childhood, em 1927, com sede em Montevideo. Já o enfoque e promoção do bem-estar da mulher, que envolviam sua saúde e direitos ficou a cargo do Inter-American Commission of Women, fundado em 1928⁵⁶. Com vistas ao estreitamento econômico, o Inter-American Financial and Economic Advisory Committee, pensado a partir da Conferência do Panamá em 1939, buscou resolver problemas de interesses continentais, a fim de fortalecer as repúblicas americanas que poderiam sucumbir às influências nazifascistas que a cada dia, chegava de forma mais intensa⁵⁷.

Ao mesmo tempo em que se buscava ampliar as importações e exportações entre estes países, ficava bastante evidente o interesse dos Estados Unidos pelo potencial mineral da região latino-americana, transparecendo que esta busca por um programa de auxílio mútuo, ou de estreitamento de relações, não visava apenas o esforço imediato diante da Guerra que meses antes se iniciava na Europa, mas a tentativa do país em manter para si uma posição de hegemonia no continente. Mesmo incorporando projetos de curto ou longo prazo na América Latina, a idealização dessas agências (com pautas distintas, voltadas à saúde, educação, economia) desprendia-se de um altruísmo ou de uma repentina “afeição” ao interamericanismo. Assim, anterior ao OCIAA, perpassando ou mesmo se opondo às políticas oficiais, inúmeros programas foram implementados nos mais diversos cantos do continente. O soft power, como salientou Joseph Pye Jr., como “ (...) capacidade de obter o que deseja através da atração, ao invés de

⁵⁶ ATKINS, G Pope. *Encyclopedia of the Inter-American System*. Londres: Greenwood Press, 1997.

⁵⁷ ROWLAND, Donald, W. (dir.). *History of the Office of the Coordinator of Inter-American Affairs* – Historical Reports on War Administration, Washington: Government Printing Office, 1947, p. 4.

coerção ou de pagamentos⁵⁸”, entra em cena por meio dessas agências, que das mais distintas maneiras, veiculariam uma nova imagem dos Estados Unidos para os latino-americanos. A partir de aspectos do cotidiano, da educação, da organização política ou de ‘notórios’ valores morais, passava-se a vender uma sociedade, que aos poucos, tornava-se admirada e lentamente, almejada.

1.1 Agências culturais estadunidenses em uma América díspar.

Em julho de 1939, chegava oficialmente ao Departamento de Estado dos Estados Unidos, uma pesquisa, “Preliminary survey of Inter-American cultural activities in the United States⁵⁹”, que havia sido encomendada ao National Committee of the United States of America on International Intellectual Cooperation, onde o objetivo foi realizar um mapeamento das atividades voltadas ao interamericanismo dentro de suas fronteiras. Buscando atender aos clamores oriundos das Conferências Pan-americanas, em especial da oitava, que ocorreu no Peru em 1938⁶⁰, este relatório tinha como fim oferecer um panorama mais abrangente sobre as atividades voltadas à América Latina empreendidas por agências culturais estadunidenses. Para a realização deste levantamento, ainda precursor nesta área, estudos como o de Edith Ware, “Study of International Relations in the United States: a survey for 1937”, que em um dos seus capítulos voltou-se para as relações culturais dos Estados Unidos na América Latina, auxiliaram sobremaneira. Porém, a maior contribuição veio das próprias agências, que contribuíram com informações relevantes sobre os objetivos de suas atividades ou de seus comitês voltados ao interamericanismo. Uma atualização deste relatório começou nos meses finais de 1941 (anos iniciais da atuação do OCIAA e de um projeto de “boa vizinhança” mais racionalizado), sendo finalizada em 1943. O objetivo desta atualização foi o de auxiliar o Office

⁵⁸ “(...) *It is the ability to get what you want through attraction rather than coercion or payments. It arises from the attractiveness of a country's culture, political ideals, and policies*”. In: NYE, Joseph S. **Soft Power: The means to success in world politics**. New York: Public Affairs, 2004, Versão kindle.

⁵⁹ NACP, RG 229, box 1471. Preliminary survey of Inter-American cultural activities in the United States”. Prepared by: Nina Collier, September 25, 1939.

⁶⁰ A principal preocupação desta conferência estava assentada sobre a busca por uma intensificação da unidade pan-americana frente às ameaças do Nazifascismo. A “Declaração do Peru” reafirmou-se a solidariedade continental e a soberania dos Estados americanos.

of the Coordinator of Inter-American Affairs no deslancar de suas atividades, a partir do momento em que traria, de maneira mais ampla, a dimensão das atividades culturais que já vinham ocorrendo. Especialistas de cada área foram responsáveis por expor este guia, dividindo as agências em mais de 45 categorias, tornando o “Guide to the Inter-american cultural programs of non-government agencies in the United States⁶¹”, um amplo relatório sobre as atividades culturais predecessoras do OCIAA, possuísem elo oficial, ou não, com o governo dos Estados Unidos.

O que mais chama a atenção em ambos os relatórios, é a quantidade de entidades que voltavam parte ou todo o seu projeto ao interamericanismo. De forma bastante diversificada, englobando os mais distintos trabalhos na área cultural, por volta de 430 agências não governamentais, mantinham algum programa voltado a este objetivo no relatório de 1943. Este número expressivo não se distanciava significativamente do primeiro levantamento realizado em 1939, pois das mais de 400 cartas⁶² que haviam sido enviadas para as agências dos Estados Unidos, a maior parte delas haviam sido respondidas pelos entrevistados, levando-nos a concluir sobre sua quantidade expressiva já neste período. Nosso capítulo valer-se-á, neste primeiro momento, destes dois relatórios, para situar o leitor sobre estes primeiros passos dados em direção aos novos tempos das relações entre a América Latina e os Estados Unidos.

1.1.1– Projetos culturais do Departamento de Estado dos Estados Unidos.

Atribui-se a Herbert Hoover, em 1928, a primeira menção oficial ao termo “Good Neighbor”. Meses após sua posse como presidente dos Estados Unidos, o republicano, que tendo sido Secretário de Comércio entre 1921 a 1928 e visto de perto uma expressiva rejeição às políticas de seu país, proferia, após uma visita de dois meses à América Latina, que era preciso mudanças na forma de

⁶¹ NACP, RG 229, box 135, 2. “Guide to the Inter-American cultural programs of non-government agencies in the United States” compilado para o Office of The Coordinator of Inter-American Affairs, fevereiro de 1943.

⁶² Para a realização deste levantamento, foram distribuídas mais de 400 cartas para as entidades que supostamente poderiam exercer algum trabalho voltado ao interamericanismo. Em cada carta perguntava-se o nome da agência, endereço, data de fundação, coordenadores e se havia alguma atividade voltada à América Latina, e se houvesse, deveriam especificá-las. A maior parte das cartas foi respondida com pequenas descrições destas atividades.

lidar com estas nações, para desfazer os “temores em relação ao Colosso do Norte⁶³”. No entanto, com o cenário econômico devastador originado pelo Crash da bolsa de valores de Nova York em 1929 e as tentativas de reerguimento de seu país, os ‘bons vizinhos’ precisaram ficar “adormecidos” oficialmente, por alguns anos, dentro das gavetas do executivo. Esta ideia voltou à tona na administração de Franklin Roosevelt, que viu na transformação desta imagem negativa, a melhor maneira de conseguir respeito, apoio e mercado. Assim, em 1933, nasce oficialmente a conhecida “Política da Boa Vizinhança”, que tendo como meta nortear as relações dos Estados Unidos com grande parte do mundo, acabou restrita à América Latina até o fim da Segunda Guerra Mundial. Para Cristina Pecequillo⁶⁴, esta política pode ser vista como um grande marco nas relações internacionais do continente, encabeçadas pelo governo de Washington.

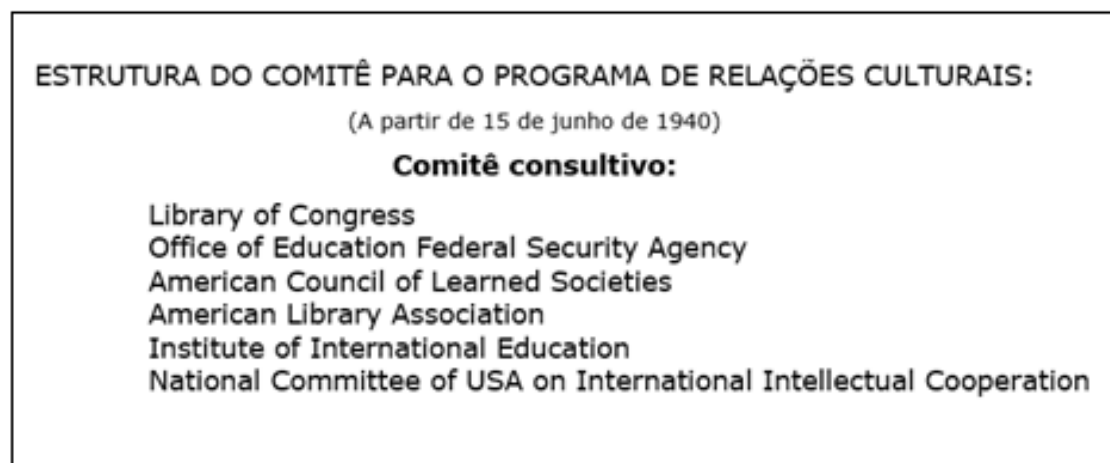
Antes mesmo do oficial pronunciamento da “boa vizinhança”, vários setores vinculados ao governo estadunidense já recaíam suas atenções, mesmo que de forma tímida, sobre as outras nações americanas. A “Library of Congress”, desde 1928, em algumas de suas seções, agregava materiais em espanhol e português (leis, códigos, mapas, letras de músicas, literatura), que eram adquiridos por compra ou doação. Em 1939 foi instaurada uma divisão especificamente voltada ao conhecimento da América Hispânica. A Hispanic Foundation foi possível a partir de contribuições, dentre elas a de Archer M. Huntington, fundador da Hispanic Society of America, do governo estadunidense e de demais doações, que possibilitaram a criação de salas de estudo voltadas à pesquisa e conhecimento destas culturas⁶⁵. Seções como a Radio Section of the Division of Information ou a Motion Picture Section, de forma tímida também contribuíam para a aproximação continental, em especial com alguns de seus programas ou criações voltadas e/ou distribuídas aos latino-americanos. As estações de ondas curtas da Columbia Broadcasting System, W2XE e a W3XAU, transmitiam para estações locais da Argentina algumas programações de seu

⁶³ SCHOULTZ, Lars. **Estados Unidos**: poder e submissão – uma história da política norte-americana em relação à América Latina. Tradução de Raul Fisher. Bauru: EDUSC, 2000. p.325.

⁶⁴ PECEQUILLO, Cristina Soreanu. **A política externa dos Estados Unidos**: Continuidade ou mudança? Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2003, p. 113.

⁶⁵ NACP, RG 229, box 1471. Preliminary survey of Inter-American cultural activities in the United States”. Prepared by: Nina Collier, September 25, 1939.

país. Incluem a estas produções, filmes voltados à Guatemala ou a Venezuela, que veiculavam sua paisagem “pitoresca”. Porém, ao Departamento de Estado coube a tarefa mais importante: congregar sob um mesmo projeto, a partir de sua “Divisão de Relações Culturais” (criada em julho de 1938 pelo decreto nº 367), distintas agências, oficiais ou não, para um programa intercultural sem precedentes. Seu objetivo era o de auxiliar as agências privadas que já desenvolviam atividades interamericanas, bem como estimular as demais entidades, até mesmo governamentais que trabalhavam nesta área. Assim, seu “comitê consultivo”, congregava lideranças de distintas origens, tanto entidades privadas como aquelas que estavam diretamente vinculadas ao governo:



QUADRO 1 - Comitê consultivo da Divisão de Relações Culturais do Departamento de Estado dos Estados Unidos⁶⁶.

Suas atividades visavam auxiliar no intercâmbio de professores e estudantes e em atividades no campo da arte e literatura; formular e/ou distribuir livros traduzidos para o Espanhol e Português em bibliotecas do país, ou levar livros de seu país para a América Latina; encorajar governantes ao engajamento com as relações culturais; supervisionar o material a ser distribuído no continente, bem como supervisionar transmissões radiofônicas e filmes que eram levadas ao exterior⁶⁷.

⁶⁶ Reproduzido conforme original. In: NACP, RG 229, box 1471. Committee structure for the program of cultural relations (as of June 15, 1940). S/d.

⁶⁷ NACP, RG 229, box 1471. Preliminary survey of Inter-American cultural activities in the United States”. Prepared by: Nina Collier, September 25, 1939, p.7.

Ela auxilia na preparação e interpretação dos tratados neste campo; supervisiona a formulação de regulamentos e procedimentos necessários para o cumprimento das obrigações decorrentes da Convenção para a promoção das Relações Culturais interamericanas e outros tratados e convenções relativos às relações culturais que manter correspondência com governos estrangeiros, funcionários diplomáticos e consulares americanos, e qualquer outra correspondência referentes a essas atividades; colabora com o Escritório de Educação e outros departamentos governamentais e agências, a National Committee on International Intellectual Cooperation, a União Pan-Americana, outras organizações educacionais, culturais e instituições, e as Missões Exteriores, em Washington⁶⁸.

Todo este movimento de aproximação cultural, que resultou em programas mais concretos entre as nações americanas e que estimulou esta mobilização do Departamento de Estado dos Estados Unidos, tem como grande marco um acordo firmado em dezembro 1936, em Buenos Aires, na Conference for the Maintenance of Peace, onde representantes de diversos países estiveram presentes, entre os brasileiros, o embaixador nos Estados Unidos, Oswaldo Aranha, José Carlos de Macedo Soares, ministro das relações exteriores e do diplomata, Hélio Lobo⁶⁹. Estes delegados, que assinaram a “Convention for the promotion of Inter-American Cultural Relations⁷⁰”, acordaram que o conhecimento e o entendimento maior entre estas nações somente seriam possíveis se estes países unissem forças para estimular, cada vez mais, trabalhos voltados à educação e cultura inter-regional. Para o cumprimento deste objetivo, dever-se-ia apoiar as organizações não oficiais, uma vez que exerciam grande influência sobre a opinião pública, que poderia transformar a maneira

⁶⁸ Texto original: *“It assists in the preparation and interpretation of treaties in this field; it supervises the formulation of regulations and procedure necessary for the fulfillment of obligations under the Convention for the promotion of Inter-American Cultural Relations and other treaties and conventions relating to cultural relations to which the correspondence with foreign governments, American diplomatic and consular officers, and all other correspondence pertaining to these activities; it collaborates with the Office of Education and other Government Departments and Agencies, the National Committee on International Intellectual Cooperation, the Pan American Union, other educational and cultural organizations and institutions, and Foreign Missions in Washington”*. In: NACP, RG 229, box 1471. Preliminary survey of Inter-American cultural activities in the United States”. Prepared by: Nina Collier, September 25, 1939, p.8.

⁶⁹ Também estiveram presentes como delegados: José de Paula Rodrigues Alves; Hildebrando Pompeu Pinto Accioly; Edmundo da Luz Pinto; Roberto Carneiro Mendonça; Rosalina Coelho Lisboa de Miller e Maria Luiza Bittencourt.

⁷⁰ Sobre as definições alcançadas por esta conferencia, ver: “Promotion of Inter-American cultural relations”, Disponível em: <https://www.loc.gov/law/help/us-treaties/bevans/m-ust000003-0372.pdf>. Acesso em 05/04/2016.

como tais povos se viam⁷¹. Ficou acordado, ao fim, que a cada ano, dois alunos de graduação e um professor, deveriam receber auxílio financeiro para realizar seus estudos em uma outra nação americana. Buscou-se também estimular as trocas de publicações, promover exposições de obra de arte, criar e distribuir filmes educacionais, além de utilizar “(...) as transmissões de rádio para a paz, salas de leitura, trocas bibliográficas, proteção da propriedade intelectual, palestras educacionais e cooperar com organizações privadas (...)”⁷². Assim, ainda em seu primeiro ano de funcionamento, a Divisão Cultural do Departamento de Estado dos Estados Unidos, com a colaboração do “Office of Education of the Federal Security Agency⁷³”, buscou cumprir os propósitos estabelecidos em Buenos Aires. Foi destinado cerca de \$75.000 para o programa que visava o intercâmbio intercontinental de alunos e professores, além da criação de “centros de hospitalidade” em Nova York e São Francisco, que seriam responsáveis por atender estrangeiros que estivessem em incursões intelectuais nos Estados Unidos⁷⁴. Estes centros tornaram-se mais comuns durante a vigência do OCIAA, que receberam e planejaram o itinerário de diversas pessoas da América Latina, em geral, aquelas ligadas aos governos ou à imprensa, que eram convidadas anualmente a visitar o país⁷⁵.

Três exposições de livros, de trinta e um editores dos Estados Unidos, foram realizadas nas cidades de Buenos Aires, Rio de Janeiro e Montevideu. Na Argentina também ocorreu, por meio de iniciativa pública e privada, uma exposição de oito filmes educacionais no “First International Exposition of Educational

⁷¹ As formas como estadunidenses e latino americanos se entendiam, ou se imaginavam, foram sempre permeadas por estereótipos e desconhecimento, de ambos os lados. Enquanto nos Estados Unidos vigorava uma visão que associava os latino-americanos a povos sujeitos à violência, exageros sexuais ou mesmo pouco racionais, estadunidenses eram vistos como arrogantes e imperialistas. Esta ideia será melhor representada no segundo capítulo desta tese.

⁷² Texto original: “(...) use of radio broadcasts for peace, reading rooms, bibliographical exchanges, intellectual property protection, education conferences, and cooperation of private organizations (...)”. In: MANNING, Martin with the assistance of Herbert Romerstein. *Historical Dictionary of American Propaganda*. Westport, Conn.: Greenwood Press, 2004, p. 38.

⁷³ Agência estabelecida em 1939, para executar as resoluções contidas no *Reorganization Act of 1939*, que previa uma maior otimização dos trabalhos ao diminuir as agências subordinadas ao governo. Ela concentrou as atividades voltadas à saúde, educação, pensão e segurança social e econômica. Disponível em: “Federal Security Agency”, United States Government Manual, 1945, primeira edição.<<https://www.ibiblio.org/hyperwar/ATO/USGM/FSA.html>>. Acesso em 05/01/2016.

⁷⁴ NACP, RG 229, box 1471. Preliminary survey of Inter-American cultural activities in the United States”. Prepared by: Nina Collier, September 25, 1939, p.8.

⁷⁵ Estas viagens aos Estados Unidos serão melhor retratadas no quarto capítulo desta tese.

Cinematography hold in South America de junho de 1939”, direcionados ao Museu Social Argentino⁷⁶. Diversas palestras também foram estimuladas, versando as áreas da educação, música, filmes e demais campos ligados às artes e à educação. Os principais objetivos desta divisão, além de criar projetos voltados à aproximação com as “outras Américas”, passava a apoiar de forma mais enfática, projetos que, muitas vezes, já vinham ocorrendo, seja dentro da iniciativa privada ou na esfera pública. Se olharmos atentamente para esta ideia de “troca cultural”, perceberemos, rapidamente, seus pontos de fragilidade, onde prevalecia a assimetria destas relações. Desde a primeira “Conferência pan-americana” em Washington, convocada pelo Secretário de Estado James G. Blaine, que buscava, a partir de uma união dos países americanos se fortalecerem diante do cenário internacional, até a criação da Divisão Cultural do Departamento de Estado em 1938, veremos que o ponto de confluência, sempre será os Estados Unidos, onde aos seus líderes sempre cabe o papel de destaque na maioria dos projetos. Levava-se muito mais a cultura (e os interesses) dos Estados Unidos para outros países do que se recebia deles.

1.1.2– Agências não-governamentais e sua agenda interamericana.

O número de agências não vinculadas ao governo estadunidense, advindas da iniciativa privada, que atuavam na área de promoção cultural interamericana, em momentos em que vigorava a política do Big Stick e após 1933, a “Política da Boa Vizinhança”, é expressivo. Segundo os relatórios oficiais do governo estadunidense, constava em 1943, um número aproximado de 430 destas entidades, distribuídas de norte a sul do país. Institutos, universidades, cursos de idiomas, empresas de turismo ou centros artísticos voltavam-se à América Latina, muitas delas, desde os anos de 1920, com abordagens diferentes das praticadas oficialmente, que estavam marcadas pela imposição militar em regiões como o Caribe e a América Central. O papel destas agências no cenário internacional, é bastante significativo, a partir do momento em que

⁷⁶ NACP, RG 229, box 1471. Preliminary survey of Inter-American cultural activities in the United States”. Prepared by: Nina Collier, September 25, 1939, p.9.

elas auxiliavam nesta “dinamização das relações internacionais”, e sua simples existência aponta-nos que ao mesmo tempo que, oficialmente as pautas governamentais dos Estados Unidos não estavam ainda engajadas totalmente em modos mais “amigáveis” na região latino-americana, homens de negócios, membros de igrejas evangélicas, intelectuais ou mesmo artistas, já voltavam seus olhos para seus “vizinhos”, estabelecendo com eles novos tempos em suas relações.

Em linhas gerais, podemos dividir tais agências em dois grandes grupos. O primeiro diz respeito àquelas que surgiram com o foco prioritário nas relações interamericanas. Com um número aproximado de 95, grande parte destas entidades foram fundadas preponderantemente entre as décadas de 1920 a 1940, tendo, a partir da instauração oficial da política da “Boa Vizinhança” em 1933, de Franklin Roosevelt, sua maior expressão. Embora, na administração anterior de Herbert Hoover, elas tenham surgido com menor frequência, seu número não pode ser negligenciado, uma vez que demonstra que em meio à iniciativa privada, não apenas a temática América Latina, mas o interamericanismo e as possíveis mudanças de posturas para com estes “vizinhos”, faziam parte de seus projetos e práticas, que abrangiam as mais diferentes áreas. A maior ênfase em suas atividades era dada em temáticas artísticas, programas de bem-estar social ou relações internacionais a partir de conferências e grupos de estudo, conforme vemos no quadro abaixo.

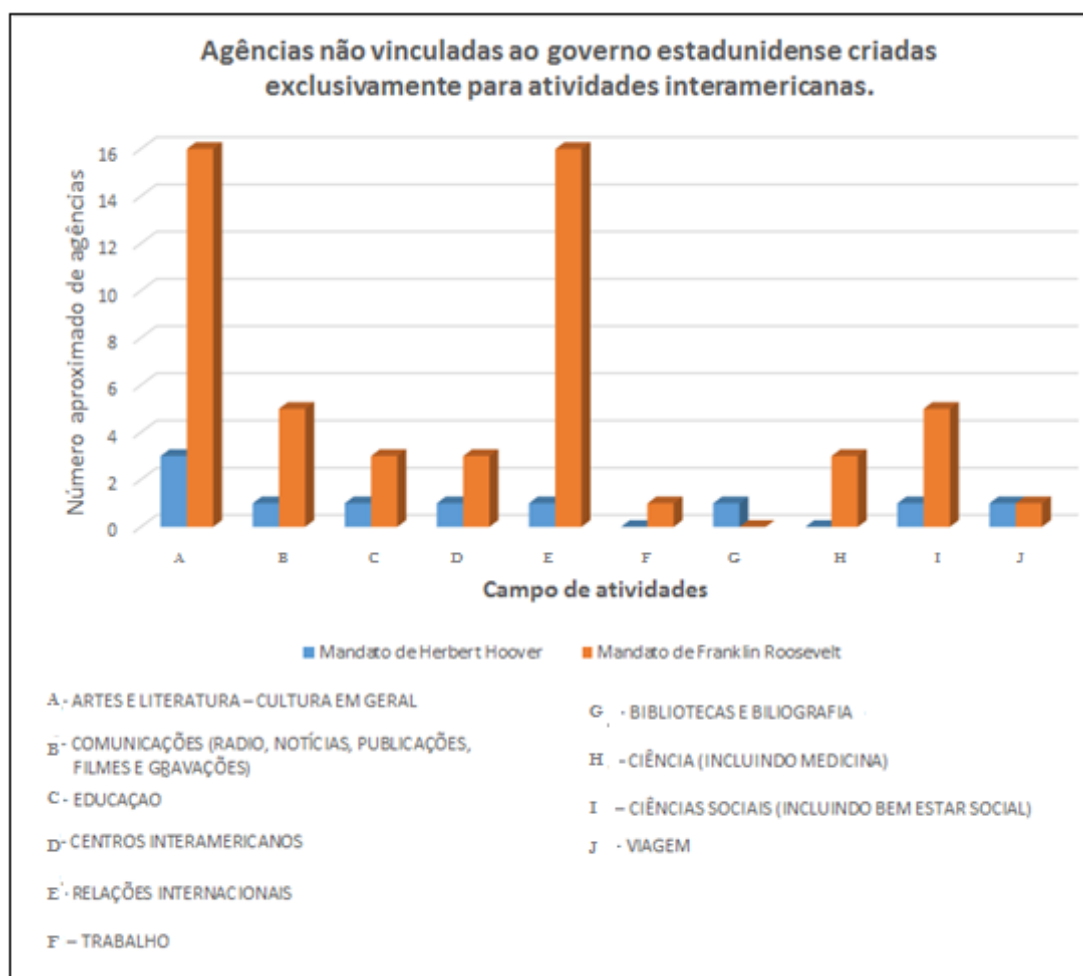


GRÁFICO 1: Agências não vinculadas ao governo voltadas exclusivamente para as atividades interamericanas nos EUA⁷⁷.

Antes do início do século XX alvorecer, duas agências já se destacavam em seu enfoque prioritário nas relações entre os Estados Unidos e outras nações americanas. Embora estivessem mais limitadas a pautas específicas, a Alianza Hispano-Americana e a International League of Bolivarian Action (Liga Internacional de Accion Bolivaria), ambas fundadas em 1894, possuíam em comum agendas voltadas à busca de novos olhares aos povos que já habitavam os Estados Unidos e estavam à margem da sociedade da qual faziam parte. No caso da primeira, em poucos anos, viu ramificações desta sociedade fraternal se expandir sob o território do sul do país, enquanto a segunda, foi utilizada durante

⁷⁷ Busca-se mostrar números aproximados, uma vez que tal levantamento, como seus próprios construtores deixam claro, não abrange em totalidade todas as atividades que estavam voltadas diretamente ao interamericanismo.

a Segunda Guerra Mundial, como “centro da Boa Vizinhaça”, onde organizou congressos em Língua Espanhola para organizações em Nova York, publicou revistas como “Union, Revista Bolivariana” e “El Anunciador”.

Ao final da década de 1910 e durante as duas próximas décadas, vemos emergir agências voltadas ao estreitamento de relações econômicas, que acabavam avançando pelo território cultural. Neste momento foi possível verificar algumas delas, como a Argentina American Chamber of Commerce, Chile-American Association, Columbian American Chamber of Commerce, Cuban Chamber of Commerce in the United States, Ecuadorean-American Chamber of Commerce Inc. in the United States, Mexican Chamber of Commerce in the United States, entre outras, que se prestavam a esta aproximação que não buscava relações comerciais por caminhos convencionais, de imposição truculenta em um mercado.

Uma dessas agências foi a American Brazilian Association, fundada em 1927 e com sede em Nova York. Mantida por meio de pagamento de anuidade, sua intenção era de estimular as relações comerciais e sociais entre empresários, instituições e corporações dos dois países, propiciando a maior familiaridade de ambos em intercâmbios culturais ou visitas aos Estados Unidos e Brasil. Contando com cerca de 250 membros, era presidida por Berent Friele, presidente da American Coffee Corporation⁷⁸. Possuidor de um amplo conhecimento sobre o Brasil e com uma rede de influências na região⁷⁹, em especial, no setor cafeeiro, foi escolhido, posteriormente, para presidir a seção brasileira do Office of the Coordinator of Inter-American Affairs. Era publicada mensalmente por esta agência uma revista chamada “Brazil”, que possuía uma circulação restrita aos seus assinantes e membros da associação. Escrita em Inglês, continha nesta publicação, boletins de notícias sobre o mercado

⁷⁸“*Berent Friele, an Associate of Rockefellers in Business*”, The New York Times, 19 de Setembro de 1985. Disponível em:

<<http://www.nytimes.com/1985/09/19/nyregion/berent-friele-an-associate-of-rockefellers-in-business.html>>. Acesso em 18/03/2015.

⁷⁹ Friele era um norueguês-americano que atuava no Brasil desde 1917, segundo aponta Antonio Pedro Tota, em o “Imperialismo sedutor”, como comprador de café para supermercados de seu país. Possuía uma relação bastante próxima a líderes políticos brasileiros. Consta no arquivo da FGV-RJ, diversas cartas de *Berent Friele*, após 1936. Em algumas destas cartas, ele se reporta diretamente a Oswaldo Aranha, (que até 1938 era embaixador do Brasil nos Estados Unidos e depois torna-se ministro das relações Exteriores), levando-nos a crer que seu papel no país não se limitava a um simples exportador de café.

internacional; matérias dos correspondentes brasileiros da Associação Comercial do Rio de Janeiro; propagandas de produtos e matérias entusiasmadas sobre as prováveis capacidades presentes e futuras do mercado e indústria brasileira. Logo nas primeiras páginas da revista, era estampado o propósito desta associação e de sua publicação:

A American Brazilian Association, Inc., visa conservar e desenvolver um conhecimento e compreensão mútuos entre as duas grandes repúblicas irmãs do continente americano e de seus povos. São feitos esforços especiais para aumentar as relações comerciais e de comércio; para promover um intercâmbio cultural mais prático e melhor conhecimento entre americanos e brasileiros; para mostrar hospitalidade e atenção aos brasileiros visitando os Estados Unidos e também incentivar as viagens entre os dois países⁸⁰.

Assim, aos poucos, tais organizações comerciais passaram a perceber que as fronteiras entre seus países poderiam se tornar mais tênues, se a maneira de incursão fosse mais sutil, demonstrando um interesse e um respeito ao outro. As intenções não eram menos imperialistas, onde o lucro nestes solos estrangeiros, ainda eram o principal agente de atração. Entretanto, as relações foram, lentamente, sendo modificadas, abrindo espaço para um comércio, que hoje vemos prevalecer, que associa seus produtos ao status, à felicidade, à ostentação, ao empoderamento econômico perante um grupo ou sociedade. Em outras palavras, abria-se espaço para este, um mercado mais marcado pela sedução do que pela necessidade.

O segundo grupo de entidades que estabeleceram programas culturais com a América Latina, não agregava aquelas concebidas exclusivamente para o interamericanismo, porém, suas atividades foram significativas no continente e anteciparam os esforços que seriam promovidos na década de 1940, durante a Segunda Guerra Mundial. Fóruns, organizações científicas, publicações regulares, congressos, intercâmbios, passavam a representar os novos

⁸⁰ Texto original: "The American Brazilian Association, Inc., aims to conserve and develop a mutual knowledge and understanding between the two great Sister Republics of the American Continent and their peoples. Special efforts are made to increase commercial and trade relations; to promote a more practical cultural interchange and better acquaintance between Americans and Brazilians; to show hospitality and attention to Brazilians visiting the United States and too encourage travel between the two countries". In: BRAZIL. Nova York: American Brazilian Association. Set, 1941, P. 3.

interesses que paulatinamente surgiam. Sobressaíram (conforme gráfico abaixo) as agências que estavam voltadas às Artes e à Literatura, englobando músicas, filmes, fotografias, esculturas, livros, traduções, programas de bem-estar social, como os direcionados à mulher, crianças ou cegos. Aos poucos esta “cultura norte-americana” rompia as barreiras nacionais e iniciava a promoção de intercâmbios jamais vistos na História de seu país.

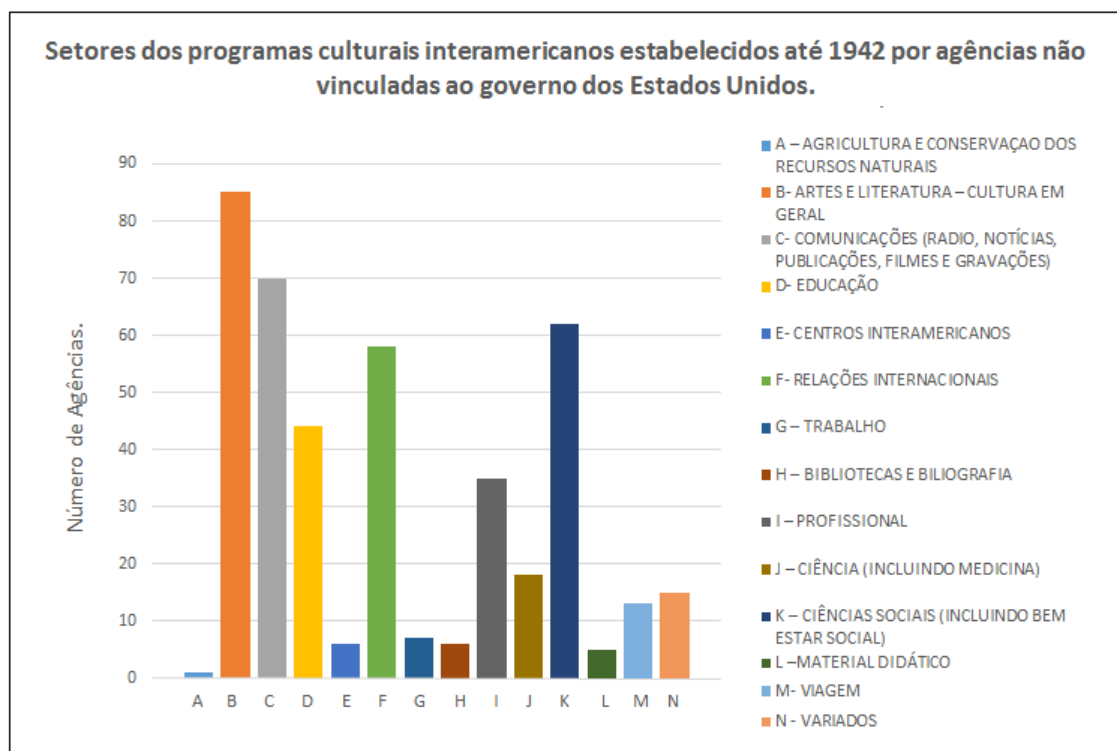


GRÁFICO 2: Programas culturais interamericanos estabelecidos até 1942 por agências não vinculadas ao governo dos Estados Unidos⁸¹.

Das quase 330 agências que promoviam atividades voltadas ao interamericanismo de forma esporádica, podemos citar algumas, nas quais podem ilustrar, por meio de suas agendas, como era deslocado seu olhar (e seu trabalho) para a América Latina. Um exemplo é a associação de historiadores interessados na promoção da História estadunidense, a American Historical Association, sediada em Washington/Dc e fundada em 1884. Ao inaugurar a Conference on Latin American History em 1926, passou a publicar, de tempos

⁸¹ Busca-se mostrar números aproximados, uma vez que tal levantamento, como seus próprios construtores deixam claro, não abrange em totalidade todas as atividades que estavam voltadas indiretamente ao interamericanismo.

em tempos, por meio de sua revista *The American Historical Review*, artigos voltados à América Latina⁸². Ao mesmo tempo, revistas comerciais como *Life*, *Fortune* e *Time*, ofereciam aos seus leitores, matérias sobre este território ainda desconhecido na primeira metade do século XX. Muito do que se sabia naquele período, vinha de leituras realizadas neste tipo de mídia, uma vez que muito pouco se aprendia nos bancos escolares sobre tais países⁸³.

Outra agência que merece destaque foi a D.C. Heath and Company, editora de livros didáticos dos Estados Unidos, que durante a Política da Boa Vizinhança passou a publicar livros voltados às culturas latino-americanas, com o intuito de romper com os estereótipos ou análises superficiais que comumente eram propagadas sobre estas nações ou mesmo o de ser pioneira na produção deste tipo de material voltada para o público infanto-juvenil. O conteúdo da coleção “*New World Neighbors series*” esteve vinculado aos objetivos principais dos articuladores da Política da Boa Vizinhança, estando assentada sobre duas ideias principais: que o continente americano teria uma unidade cultural e que este hemisfério possuía uma distinção política e ideológica da Europa. Acreditava-se que estes programas ajudariam os estadunidenses a serem mais simpáticos com os latino americanos e que estes acreditariam mais nas “boas intenções” estadunidenses⁸⁴.

Entretanto, duas agências merecem destaque neste interim, por possuir seus projetos interamericanos incorporados aos desígnios da Divisão Cultural do Departamento de Estado dos Estados Unidos e por terem, suas atividades, ecoado, direta ou indiretamente, no Brasil. A primeira delas foi a American Council of Learned Societies, agência não governamental voltada à promoção de pesquisas ao congregar diversas associações acadêmicas nas áreas de Humanidades e Ciências Sociais. Em 1935 esta associação lançou um projeto, que logo recebeu apoio financeiro de outras agências privadas, onde sugeria a criação de um manual anual bibliográfico voltado aos estudos latino-americanos,

⁸² NACP, Record Group 229, box 135, 2. “Guide to the Inter-American cultural programs of non-government agencies in the United States” compilado para o *Office of The Coordinator of Inter-American Affairs*, fevereiro de 1943, p. 34.

⁸³ SADLER, D. J. **Americans All** - Good neighbor cultural diplomacy in world war II. Austin: University of Texas Press, 2012.

⁸⁴ ROBERTSON, Breanne. **Textbook Diplomacy: The New World Neighbors Series and Inter-American Education during World War II**. Hemisphere: Visual Cultures of the Americas, 2011.

intitulado, “Handbook of Latin American Studies”. Ele foi materializado rapidamente e publicado pela Harvard University Press em 1936, que existe até os dias de hoje⁸⁵.

Além de possuir uma circulação interna supostamente direcionada aos acadêmicos destas áreas de conhecimento, ele era enviado aos demais países latino-americanos, como retratou o jornal brasileiro “O Jornal”, onde veiculou a notícia entusiasmada de uma de suas edições que chegava ao Brasil, por meio da Embaixada do Brasil em Washington e do Ministério das Relações Exteriores. Como consta na reportagem, a edição de 1937 possuía informações referentes ao Brasil e destacava, de forma compilada, algumas reportagens sobre cultura e pensamento brasileiro⁸⁶. A Fundação Rockefeller e o Instituto Carnegie, segundo alguns jornais brasileiros⁸⁷, eram os principais financiadores do material, o que acaba apontando a estreita relação entre as agências privadas e o governo estadunidense na promoção de uma aproximação cultural entre as Américas antes mesmo do OCIAA surgir efetivamente.

Seu idealizador e primeiro editor, o historiador Lewis Hanke, oferecia ao seu leitor informações sobre o continente, abrangendo áreas como arte, relações internacionais, educação, folclore, arqueologia, entre outros assuntos. Hanke, pioneiro nos estudos latino-americanos em seu país, dedicou grande parte de sua produção acadêmica a esta temática⁸⁸. Professor na Universidade de Harvard, dirigiu por vários anos, a divisão hispânica da Biblioteca do Congresso e na década de 1970 chegou ao cargo de presidente da American Historical Association. Em uma de suas visitas ao Brasil, em abril de 1938, proferiu

⁸⁵ Este Handbook é uma atualizada bibliografia sobre a América Latina, que recebe os comentários de pesquisadores anualmente. Sua edição é feita pela Divisão Hispânica da Biblioteca do Congresso dos Estados Unidos. Atualmente este material está disponível em três formatos: impresso pela University of Texas Press; em CD-Rom, produzido pela Fundación Histórica TAVERA (Madrid, Espanha) e em versão online.

⁸⁶ “Estudos latino-americanos”, O Jornal – 30/01/1938, p.7. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=110523_03&pesq=lewis%20hanke&pa sta=ano%20193. Acesso em 07/06/16.

⁸⁷ Tal informação consta em reportagem do “O Jornal – 11/12/1938” e no “Correio da Manhã” em 19/08/1939.

⁸⁸ Algumas obras do historiador Lewis Hanke sobre a América Latina: “The Spanish Struggle for Justice in the Conquest of America” (1949); “All Mankind Is One: A Study of the Disputation Between Bartolome De Las Casas and Juan Gines De Sepulveda in 1550 on the Religious and Intellectual Capacity of the American Indians” (1974); “People and Issues in Latin American History: From Independence to the Present” (1990); “Latin America, a Historical Reader” (1974); “People and Issues in Latin American History: The Colonial Experience” (1993).

palestras sobre a vida e a educação nos Estados Unidos, intituladas “Aspectos da vida norte-americana”, que foram patrocinadas pela Universidade do Brasil. A imprensa brasileira alardeava eufórica a facilitação do Ministério da Educação aos materiais utilizados por este pesquisador em sua incursão pelo país⁸⁹.

O diretor deste “Conselho de associações acadêmicas”, Waldo Leland, historiador da história estadunidense e arquivista, procurou promover os estudos latino-americanos e estimular que ele fosse inserido nos currículos do ensino superior, para que deste interesse inicial, cada vez mais novos acadêmicos se interessassem e promovessem estudos nesta área. Para que seus objetivos fossem alcançados, diversas bolsas de estudo foram oferecidas, bem como diversos auxílios financeiros foram destinados àqueles que estivessem envolvidos nestas atividades. Antes do anúncio oficial da Política da Boa Vizinhança por Roosevelt, Leland instaurava um “comitê para estudos latino-americanos” em 1932 (Committee on latin American Studies), demonstrando, desta forma, que já havia discussões voltadas ao conhecimento destes outros povos americanos, antes mesmo, das políticas oficiais do governo estadunidense serem instauradas.

Outra entidade não governamental e que voltava algumas de suas atividades para o interamericanismo, a partir de sua seção latino-americana, foi o Institute of International Education. O fundador deste instituto e diretor até o ano de 1946, foi o professor de “leis internacionais”, Stephen Duggan, que foi considerado o “apóstolo” do internacionalismo dentro e fora de seu país por ter dispensado grande parte de sua vida no engajamento em entidades que priorizavam as relações internacionais.⁹⁰ Em algumas de suas viagens ao continente americano, em especial às “outras” repúblicas americanas, Duggan foi um dos porta-vozes dos Estados Unidos nos anos finais da década de 1930,

⁸⁹ “Está no Rio um notável historiador norte-americano”, Diário de Notícias, 23 de abril de 1938, p.9. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=093718_01&pesq=lewis%20hanke&pa sta=ano%20193.

⁹⁰ Duggan atuou em diversas agências internacionais, podendo destacar: *Foreign Policy Association* (fundador e diretor); *Council on Foreign Relations* (diretor); *Administrador do Institute of Pacific Relations*, *Vassar College* e *World Peace Foundation*. E membro da *Philippine Education Commission* e da *American Brazilian Conciliation*. In: OHLES, John F. ***Biographical Dictionary of American Educators - volume 1***. Westport, Connecticut: Greenwood Press, 1978, p. 402.

ao difundir uma nova visão sobre seu país e suas novas posturas com a América Latina⁹¹.

O principal objetivo do Institute of International Education, era o de promover um maior entendimento internacional a partir de trocas culturais por meio de intercâmbios de estudantes e professores; também promovia conferências e auxiliava a publicação de livros e panfletos que priorizassem este fim. As atividades voltadas aos latinoamericanos começaram em 1929 e, majoritariamente, estavam relacionadas à oferta de bolsas de estudo a estudantes destas nações em universidades estadunidenses. Havia uma avaliação anual sobre as instituições que pudessem prover este espaço interacional, bem como as agências de fomento, a fim de organizá-las de maneira que fossem bem aplicadas. Ela fazia o intermédio destes programas, selecionando os latino-americanos aptos para o ingresso nos Estados Unidos. O Instituto, além deste auxílio com as bolsas de estudo, também intermediava palestras e selecionava os docentes que as ministrariam⁹².

As bolsas de estudo evoluíram intensamente após os programas de interação americana serem implementados pelo Departamento de Estado, do qual o Instituto fazia parte de seu comitê consultivo. De 1929 a 1939, 233 bolsas haviam sido concedidas para estudantes latino-americanos. Somente em um ano, entre 1939 a 1940, 40 novas bolsas foram incorporados ao programa, refletindo um aumento, substancial, em relação aos anos anteriores. Embora tímido, o inverso também ocorria, com a vinda de estudantes ou professores estadunidenses para universidades de seus “vizinhos”. O Chile e o Uruguai, especialmente, foram algumas destas nações que receberam alguns homens e

⁹¹ Em nota publicada em alguns jornais brasileiros (Correio da Manhã, Diário Carioca) no mês de abril do ano de 1936, Duggan conclama a todas as outras repúblicas americanas a comemorarem o dia Panamericano (14 de abril) e olhar os Estados Unidos de uma nova maneira. As políticas imperialistas que até vigoraram, principalmente com Theodoro Roosevelt, haviam sido um “equivoco”, que segundo as definições dadas por seu sobrinho, Franklin Roosevelt que significava uma nação agressora como “aquela cujas tropas atravessam as próprias fronteiras”, não poderia mais ser atribuído aos estados Unidos, pois definitivamente haviam se tornado “bons vizinhos”, ao retirar suas tropas do Haiti. DUGGAN, Stepan. Comentários sobre a próxima conferencia panamericana. Rio de Janeiro: Diário Carioca, 30/04/1936. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=093092_02&pesq=stephan%20duggan&pasta=ano%20193>. Acesso em: 10/04/2016.

⁹² NACP, RG 229, box 1471. Preliminary survey of Inter-American cultural activities in the United States”. Prepared by: Nina Collier, September 25, 1939, p.62 e 63.

mulheres da “grande Nação do norte” para adquirir, em suas instituições educacionais, o conhecimento de sua ciência e de sua cultura⁹³.

Diversas universidades mantinham programas de bolsas de estudo anualmente, cabendo ao Institute of International Education, gerenciá-las. Funcionários públicos também eram “alvos” deste intercâmbio, que por programas da Fundação Rockefeller ou da School of Public Affairs da American University, recebiam bolsas de estudo de até dois anos, com as despesas de viagem pagas por seus governos e por estas instituições estadunidenses. Tais programas, entretanto, não eram finalizados com o regresso do intercambista ao seu país de origem. Utilizá-los como porta-vozes desta ideia de “aproximação interamericana”, principalmente, quando passavam a veicular os aspectos da sociedade estadunidense, elevando-a a um patamar superior perante as demais nações, tornou uma grande estratégia do governo dos Estados Unidos, que por meio de algumas agências culturais, utilizaram a euforia dos ex-intercambistas para conferir credibilidade ao que era já dito sobre o “mais poderoso país da América”. Assim, diversos brasileiros, ao regressarem de seus estudos, ministraram palestras e lançaram livros, onde narraram suas experiências no exterior⁹⁴. Corroborando com seu discurso, Lewis Hanke, Stephen Duggan e Waldo Leland, entre outros, legitimavam a suposta “verdade” sobre sua poderosa nação, em incursões no continente que visavam o mesmo objetivo: promover seu país.

Se compararmos a evolução destas atividades voltadas exclusiva ou, esporadicamente, para as relações interamericanas com as décadas anteriores, veremos que a significativa concentração de suas fundações entre 1920 a 1940 possui uma justificativa. Além das mudanças propostas pelas administrações dos presidentes Herbert Hoover (1929-1933) e Franklin Roosevelt (1933-1945), as Conferências Panamericanas e os acordos de multilateralidade oriundos de estadunidenses e latino americanos, foram fundamentais para a guinada nas relações culturais interamericanas. Ao buscar uma aproximação cultural, diante de um cenário de fragilidade internacional, em especial, da influência cada vez mais crescente do nazifascismo na América Latina, estes programas acabaram

⁹³ NACP, RG 229, box 1471. Preliminary survey of Inter-American cultural activities in the United States”. Prepared by: Nina Collier, September 25, 1939, p. 63.

⁹⁴ Este tema será melhor retratado no quarto capítulo desta tese.

por garantir a hegemonia estadunidense no continente, a partir da construção de uma nova imagem nesta “boa vizinhança”.

1.2 – Office of the Coordinator of Inter-American Affairs.

Foi dentro do Departamento de Estado, no momento em que o Nazifascismo se apresentava como uma ameaça às potências ocidentais, que uma agência cultural especificamente idealizada para afastar da América Latina o “Eixo” e manter a hegemonia estadunidense durante e após a Guerra, foi gestada e implementada. Uma Agência Cultural poderia ser descrita como uma entidade que por estabelecer vínculos culturais mais sólidos, por conta de seus projetos que são voltados especificamente a este fim, acaba sendo mais eficaz ao aproximar artística, linguística ou religiosamente grupos ou sociedades, ao fomentar um interesse cultural mútuo. Ela pode abrir caminhos para projetos econômicos ou políticos a longo prazo, mesmo que não tenha sido criada para este fim, pois, a partir do momento em que toma para si o direito de propagação de um modelo cultural, acaba auxiliando para que ele se torne preponderante sobre um outro modelo cultural.

O grande objetivo para a formatação de uma organizada agência nitidamente cultural assentava-se na busca da superação das hostilidades que a política do Big Stick causava, há décadas, entre tais nações. A partir das preocupações do novo presidente eleito em 1933, ocorria uma mudança nas relações exteriores de seu país, a fim de agregar culturalmente a América, de Norte a Sul. Entrava em jogo, uma maneira mais elaborada da diplomacia estadunidense, uma “Diplomacia Cultural” ou para ficar nas palavras de Joseph S. Nye, um “Soft Power”⁹⁵. E esta diplomacia passou a ser uma real possibilidade quando a iniciativa privada entrou em cena. Esta iniciativa privada, que a pesquisadora Erica Monteiro salienta em sua obra “Quando a Guerra é um negócio”⁹⁶, esteve intrinsecamente relacionada com o governo Roosevelt, desde a instauração do New Deal, após a crise de 1929. Como forma de superar esta

⁹⁵ NYE, Joseph S. *Soft Power: The means to success in world politics*. New York: Public Affairs, 2004.

⁹⁶ MONTEIRO, Erica G Daniel. **Quando a Guerra é um negócio**: F. D Roosevelt, Iniciativa privada e relações interamericanas durante a II Guerra Mundial. Curitiba: Editora Prismas, 2014, p.39.

crise, que pôs em cheque a premissa de livre mercado do Liberalismo, foi implementado um projeto que visou conter este desequilíbrio no mercado, trazendo o Estado novamente como personagem de peso neste cenário. Foram construídas diversas obras públicas, que se estendiam de escolas primárias a estradas de rodagem, visando fornecer trabalho aos diversos homens e mulheres que estavam fora do mercado consumidor. Grandes empresas foram parceiras neste momento: Coca-cola, General Eletric, Pam Am e a Fundação Rockefeller⁹⁷. Advindo das fileiras da iniciativa privada, que concomitantemente pertencia ao grupo bilionário da Standard Oil e Chase National Bank, destacou-se a figura de Nelson Rockefeller, que iria marcar de forma decisiva as relações culturais entre Brasil e Estados Unidos.

Nascido em uma família marcada pela filantropia⁹⁸ (uma vez que seu pai John Rockefeller Jr iniciou projetos na área de saúde pública), Nelson Rockefeller foi além desta atuação em serviços originários de suas empresas. Teve uma atuação política na segunda metade do século XX, sendo governador do estado de Nova York, de 1959 a 1973 e vice-presidente dos Estados Unidos, de 1974 a 1977. Também foi proeminente no campo artístico, conciliando entre outras funções, o de administrador e presidente do Museu de Arte Moderna (MOMA), e principal personagem da fundação do Museu de Arte Primitiva em Nova York. Porém, a atuação que mais nos interessa por hora, foi o seu papel de destaque na articulação da Política da Boa Vizinhança na América Latina. O que tornou Rockefeller, que não contava com mais de quarenta anos durante a Segunda Guerra Mundial, neste personagem de destaque na política externa de seu país, deve-se a algumas questões que valem a pena serem evidenciadas. Desde jovem, o herdeiro da Standard Oil, em suas incursões pela América Latina, principalmente, quando vinha a trabalho verificar suas subsidiárias, percebeu que havia hostilidades ao seu país, justificado, em grande parte, pela política intervencionista na região, durante tempos de Big Stick. Tais hostilidades poderiam atrapalhar seus negócios, em especial em tempos onde, cada dia

⁹⁷ Idem, p. 49.

⁹⁸ *John Davison Rockefeller*, formado na religião Batista, via o enriquecimento como obra de Deus. Assim, de vendedor de perus no Estado de Nova York em meados do século XIX, tornou-se o fundador da *Standart Oil*, que por muitos anos monopolizou a venda e distribuição dos derivados do petróleo, tais como a querosene e a gasolina. Foi considerado pelo Guinness Book como o homem mais rico do mundo. In: TOTA, 2014.

mais, o nacionalismo em alguns cantos destas regiões, tornava-se mais acalorado⁹⁹. Uma das vezes que, segundo alguns de seus biógrafos¹⁰⁰, teria marcado a visão deste jovem bilionário sobre os modos de relacionamento com os países latino-americanos, foi em uma visita que realizou à Venezuela, em 1937.

Ao se deparar com o cenário ao qual seus trabalhadores estavam inseridos (cercas altas de arame farpado que criavam uma fortaleza em terras estrangeiras), percebeu que havia uma grande semelhança com o modo como os ingleses mantinham suas empresas na Ásia. Temendo que esta indiferença gerasse movimentos de intolerância, ou mesmo por conta do desconhecimento, perdessem seus mercados, a Standard Oil estimulou o aprendizado da língua espanhola e um maior entrosamento com os trabalhadores daquela região. Esta busca por melhorias na obtenção de lucros, que prezava as vias mais “diplomáticas”, visava o mascaramento desta imagem do capitalista dominador e autoritário.

Após suas incursões pela América Latina, em especial, por essa visita à Venezuela, Rockefeller sentia, cada vez mais, que alguma coisa deveria ser feita, para a modificação da imagem estadunidense na região, como forma de impedir que tais hostilidades afetassem seus negócios. A maneira a ser adotada era bem mais sutil, com um apelo diferente, mas em nenhum momento, foi menos intervencionista ou desprovida de interesses, em especial, econômicos. Um dos primeiros passos, que o jovem Nelson trilhou, foi organizar reuniões regulares em seu próprio apartamento em Nova York, onde eram discutidas algumas destas propostas a serem adotadas no exterior. Anos mais tarde, tendo o conhecimento destes projetos, o presidente Roosevelt convida o herdeiro da Standard Oil a fazer parte de uma grande empreitada proposta por seu

⁹⁹ COLBY, Gerard; DENNETT, Charlotte. **Seja Feita a Vossa Vontade** - A conquista da Amazônia: Nelson Rockefeller e o Evangelismo a Idade do Petróleo. Tradução de Jamari França. Rio de Janeiro: Record, 1998, p. 112 e 113.

¹⁰⁰ Para esta tese, buscamos compreender a figura pública de Nelson Rockefeller, a partir de três estudos biográficos: COLBY, Gerard; DENNETT, Charlotte. **Seja Feita a Vossa Vontade** - A conquista da Amazônia: Nelson Rockefeller e o Evangelismo a Idade do Petróleo. Tradução de Jamari França. Rio de Janeiro: Record, 1998; SMITH, Richard Norton. **On his own terms: a life of Nelson Rockefeller**. New York: Random House, 2014; TOTA, Antonio Pedro. **O amigo americano: Nelson Rockefeller e o Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 2014. Outras biografias podem ser mencionadas: REICH, Cary. **The life of Nelson Rockefeller: worlds to conquer, 1908-1958**; Nova York e Londres: Doubleday, 1996 e PERSICO, Joseph P. **The Imperial Rockefeller: A biography of Nelson Rockefeller**. Nova York: Simon e Schuster, 1982.

Departamento de Estado: assumir a coordenação do Office for Coordination of Commercial and Cultural Relations between the Américas. Em 1941, quando as suas funções estavam melhor delimitadas, seu nome foi alterado para Office of the Coordinator of Inter-American Affairs (OCIAA), representando o papel do próprio Rockefeller que crescia, juntamente com seu prestígio dentro do governo estadunidense¹⁰¹.

O OCIAA foi a agência cultural do governo dos Estados Unidos com apoio da iniciativa privada que atuou no continente latino-americano no período da Segunda Guerra Mundial¹⁰². A prioridade de seu trabalho recaiu sobre programas que estreitassem as relações de seu país com governos e populações do restante do continente. Desta maneira, os veículos de comunicação mais importantes da época, como jornais, revistas e rádio foram largamente utilizados para a disseminação de seus propósitos. Além disto, houve intercambio de professores, estudantes e jornalistas das nações latino-americanas para os Estados Unidos, bem como programas voltados à saúde pública. Via-se também, um intercâmbio de artistas famosos, em especial de Hollywood, como a “pequena notável” portuguesa que teve seus dias de ouro nas telas do cinema estadunidense.

Cerca de 1100 trabalhadores se dedicaram aos projetos do OCIAA, estando 300 deles nos países da América Latina. Suas funções focavam não apenas na execução destes projetos, mas buscavam que eles realmente

¹⁰¹ TOTA, Antonio Pedro. **O Imperialismo sedutor**: a americanização do Brasil na Segunda Guerra. São Paulo: Companhia das Letras, 2000, p.50.

¹⁰² Não podemos considerar a atuação de Nelson Rockefeller neste programa de “boa vizinhança” que coordenou a principal agência dos Estados Unidos na América Latina, crendo em uma suposta harmonia com o Departamento de Estado, a quem estava subordinado. Houve momentos de conflito entre o bilionário com *Summer Welles* e *Cordell Hull*, que colocou em descrédito o possível sucesso desta agência. Em muitos momentos eles não concordavam sobre as estratégias a serem adotadas pelo OCIAA, em um nítido embate pelo poder. Um dos exemplos a esta rivalidade ocorreu logo no início de sua atuação, quando foi comprado espaço em jornais da região para incentivar o turismo para os Estados Unidos. Era uma estratégia para conter a propaganda nazista na região, uma vez que diminuiria o espaço para esta publicidade, que se alastrava consideravelmente nos periódicos latino-americanos. Com este projeto, o OCIAA recebeu muitas críticas, uma vez que suas intenções foram desnudadas e Nelson Rockefeller recebeu um ultimato para não agir sem o devido consentimento do Departamento de Estado. Em outros momentos, *Summer Welles*, mostrava descontentamento ao perceber que os funcionários do OCIAA possuíam mais proximidade com alguns governos que ele próprio, como era o caso de *Berent Friele*, que matinha relações próximas a Osvaldo Aranha do Brasil. In: LOCHERY, Neill. **Brasil**: os frutos da Guerra. Tradução de Lourdes Sette. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2015 e TOTA, Antonio Pedro. **O imperialismo sedutor**: a americanização do Brasil na época da Segunda Guerra. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

estivessem imersos na cultura dos países aos quais se envolviam. Foram formados Comitês de coordenação nas repúblicas americanas, ficando nos mais altos cargos, pessoas que já possuíam relações com os grandes círculos econômicos e políticos da região, como foi o caso do coordenador da divisão brasileira, Berent Friele, bastante conhecido no setor comercial e cafeeiro do Brasil.

Existiram quatro grandes frentes de atuação do “Comitê do Coordenador de assuntos interamericanos” (como era conhecido na imprensa brasileira): uma que ocorreu nas telas de cinema, com filmes e documentários; outra por vias sonoras, representada pelo rádio (maior veículo de comunicação do período); por impressos, que agregavam livros, revistas, jornais, panfletos, desenhos e fotografias e o último, por museus e bibliotecas¹⁰³. Estas frentes visavam atingir todos os tipos de pessoas, tais como: homens de negócio, setores militares, estudantes, crianças, donas de casa e trabalhadores em geral. Da banca do jornal, do programa de rádio ou dos livros e periódicos distribuídos, a “boa vizinhança” chegaria, de uma forma ou de outra, para qualquer cidadão.

Por seu *discurso oficial*, tal política nascera pela emergência em se combater o Nazifascismo, que parecia ameaçar a democracia e a liberdade no mundo. Para isso, era imprescindível que as Américas estivessem unidas contra a “agressão” do inimigo, contribuindo com a “Segurança Hemisférica”. As trocas comerciais e financiamentos propiciados por esta política, procuravam, desta maneira, fortalecer as economias ainda frágeis, acarretando em um auxílio para o esforço de guerra necessário para aquele momento. Buscou-se, neste íterim, salientar que todas as repúblicas americanas deveriam se conhecer melhor e perceber que suas Histórias possuíam alguma relação e semelhança. A tarefa seria difícil, uma vez que ambos nunca haviam estabelecido, significativamente, laços culturais em comum, exceto por contatos econômicos, oriundos da necessidade por importações por sua economia, como o Brasil agroexportadora. O discurso de “Solidariedade Hemisférica”, tão apregoado no conteúdo público do OCIAA, não salientava as reais motivações do programa, que estando

¹⁰³ SADLIER, D. J. **Americans All** -Good neighbor cultural diplomacy in world war II. Austin: University of Texas Press, 2012.

submetido ao Departamento de Estado, buscava a Defesa Nacional e o fortalecimento da autoridade do governo de Washington na América Latina¹⁰⁴.

Buscando esta defesa do Estado Nacional estadunidense, as relações com a América Latina foram intensificadas em tempos de “boa vizinhança” e os serviços de informação foram meios eficazes para cooptar apoio na luta contra o Nazifascismo. Nelson Rockefeller, juntamente com sua equipe, acreditava que a transformação da opinião pública a respeito dos acontecimentos no cenário mundial, seria crucial para seu entendimento e posterior adesão às políticas de seu país. A neutralização nazista deu-se, dessa maneira, por vias sonoras e impressas. Segundo Rowland, que escreveu uma história oficial do OCIAA em 1947, os três primeiros anos da agência foram dedicados a esta neutralização do Eixo, ocorrendo após a vitória na África e a virada do conflito a favor dos Aliados, o direcionamento de seus programas para o âmbito econômico (meio usado para o controle da instabilidade política na região). Em relatório confidencial, membros do OCIAA relatavam:

(...) Nós do hemisfério ocidental devemos permanecer fortes se quisermos resistir às pressões econômicas e propagandas do totalitarismo e nazismo. Temos de permanecer fortes se quisermos preservar nossas próprias formas de democracia constitucional americana, a fortaleza da liberdade do mundo. E para sermos fortes devemos estar unidos - com uma unidade baseada na tolerância e compreensão um do outro. O que nós construímos e estamos construindo aqui no Novo Mundo deve ser o protótipo para o mundo pós-guerra. Aqui reside a única esperança de cooperação internacional, honra e decência. Findada a última guerra, nós recusamos aceitar a liderança mundial. Nós nos voltamos para nossas políticas internas e nacionalistas, e deixou o mundo em estado de desequilíbrio. No fim da guerra atual, seremos mais uma vez confrontados com esta oportunidade de liderança na reconstrução do mundo, e temos de estar preparados para cumpri-la¹⁰⁵.

¹⁰⁴ ROWLAND, Donald, W. (dir.). **History of the Office of the Coordinator of Inter-American Affairs – Historical Reports on War Administration**. Washington: Government Printing Office, 1947 e OLIVEIRA, Dennison. **Aliança Brasil-EUA: Nova História do Brasil na Segunda Guerra Mundial**. Curitiba: Juruá editora, 2015.

¹⁰⁵ Texto original: “(...) we of the western hemisphere must keep Strong if we are to resist the economic and propaganda pressures of totalitarian and national socialist ideologies. We must keep strong if we are to preserve our own forms of constitutional American democracy, the stronghold of freedom of the world. And to be strong we must be united – with a unity based on tolerance and understanding of one another. For what we have built and are building here in the new world must be the prototype for the post-war world. Here lies the only hope of international cooperation, honor and decency. After the last war we of the Americas refused to accept world leadership. We reverted to our provincial and nationalistic policies, and left the world in a state of unbalance. At the close of the present war we are going to be once more faced with this opportunity of leadership in the reconstruction of the world, and we must be prepared to fulfill it”.

O trabalho de “propaganda” direcionado a um público residente fora dos limites dos Estados Unidos durante a Segunda Guerra Mundial, ficaria a cargo do Office of War Information, porém, após alguns ajustes de jurisprudência, esta função passou para o Office of the Inter-American Affairs. A princípio, a seção que direcionou suas operações de **imprensa e publicações** não foi coordenada por uma única unidade. Em seu primeiro ano de existência, Nova York sediou a Communications Divisions e em Washington/DC, a Information Division. Enquanto da capital eram direcionadas as atividades concernentes às relações públicas; de Nova York saíam as notícias que chegariam às Américas. Antes mesmo do ataque japonês a Pearl Harbor, praticamente toda notícia já estava concentrada em Washington, principalmente pelo fato de nesta cidade estarem situadas grande parte das atividades jornalísticas do país. No início de 1942, surgiu um Departamento de Informações, onde a “seção de Imprensa” foi uma de suas principais unidades. Somente nos primeiros meses de 1944 este departamento recebeu a nomenclatura de Press and Publications¹⁰⁶, que agregou todas as atividades sob uma mesma coordenação¹⁰⁷.

Havia um rigoroso controle do material veiculado pela seção de Press and Publications, uma vez que havia um grande receio por haver alguma discrepância entre o conteúdo veiculado na América Latina ficar em desacordo com as reais intenções do programa de “boa vizinhança” no continente. Esta foi uma das principais razões em ter sido construído um tipo de mensagem de guerra que não era tratado publicamente com o termo ‘propaganda’, mas sim, pelo de ‘informação’, que, possivelmente, poderia agregar um ar de veracidade àquilo que era transmitido. Este setor ficou sob o controle do Office of Censorship and the Army and Navy Departments, agência de censura criado em 1941, com suas atividades estendidas até 1945, onde controlava todo o material concernente às comunicações que saíam dos Estados Unidos¹⁰⁸.

In: NACP, RG 229, box 135, 2. “Inter-America movement: a study guide”. Commercial and financial – reports and surveys, p. 9.

¹⁰⁶ Como a seção de *Press and Publications* existiu formalmente apenas a partir de 1944, nos referiremos aos dois setores que voltavam seus esforços a este fim com a expressão genérica de “setor de imprensa e publicações”.

¹⁰⁷ ROWLAND, Donald, W. (dir.). **History of the Office of the Coordinator of Inter-American Affairs** – Historical Reports on War Administration, Washington: Government Printing Office, 1947, p. 42 e 43.

¹⁰⁸ Idem, p.42.

A importância que o setor de *imprensa e publicações* ganhou dentro do programa de “Boa Vizinhaça”, deve ser compreendido dentro do contexto de contraofensiva à propaganda alemã. Nestes primeiros anos da década de 1940, havia uma significativa dependência dos meios de comunicação latino-americanos frente a agências de notícias estrangeiras. Por falta de recursos necessários em adquirir maquinários modernos, responsáveis pela propagação de um noticiário veloz e com maiores informações, além da dificuldade por manter correspondentes em diferentes lugares do mundo, muitas agências de notícias estrangeiras, como a alemã, German Transocean Agency, acabavam por oferecer seus serviços a preços irrisórios ou, mesmo, gratuitamente¹⁰⁹. Fotografias ou reportagens atualizadas eram a grande peça para barganhar a preponderância de seus pontos de vista nestes veículos de comunicação, que no referido contexto bélico, muito preocupava o governo estadunidense¹¹⁰.

O primeiro passo para combater a batalha da propaganda que os nazistas estão travando é a análise de sua propaganda, as técnicas empregadas na sua divulgação e seu efeito sobre os povos das Américas. Com esses dados, tem iniciado um programa voltado para a melhoria da qualidade, bem como o volume de matéria utilizada nos diversos meios de comunicação de rádio de comunicação, cinema e imprensa. Isso tem sido particularmente a tarefa de Gabinete do Coordenador, com a plena colaboração de outros departamentos governamentais, bem como agências privadas e indivíduos. Houve aumento significativo nos programas transmitidos a outras repúblicas americanas, bem como a transmissão originárias das outras Repúblicas Americanas para a recepção no país. Cobertura de jornais cinematográficos tem aumentado significativamente. Um volume cada vez maior de notícias dos EUA está indo para as outras repúblicas americanas para neutralizar em grande parte, a influência do baixo custo ou serviços de imprensa gratuitos fornecidos pelas agências

¹⁰⁹ ROWLAND, Donald, W. (dir.). **History of the Office of the Coordinator of Inter-American Affairs** – Historical Reports on War Administration, Washington: Government Printing Office, 1947, p. 43 e 44.

¹¹⁰ Os meios de comunicação, como rádios e jornais também se beneficiaram de notícias fornecidas pelos Estados Unidos neste momento. O *Airmail Feature and Radio Service Letter*, trouxe informações muitas vezes difíceis de serem obtidas pelos meios de comunicação das repúblicas latino-americanas. Mais de 800 periódicos foram beneficiados, mesmo os de língua estrangeira nos Estados Unidos. Semanalmente eram enviados ao Comitê do Rio de Janeiro, contendo cerca de 6000 palavras. Ao mesmo tempo, um outro material compilado, o *Daily Bulletin*, desta vez com os conteúdos dos periódicos latino-americanos que referiam aos Estados Unidos e ao Eixo, eram enviados à coordenação do OCIAA em Washington, em uma nítida “espionagem” de nossos meios de comunicação. In: NACP, RG 229, box 941. “Activities of the coordinator of the Inter-American affairs in Brazil”, Filing Schemes and projects notebook, 21 de abril de 1943.

totalitárias. O Gabinete do Coordenador procura sempre combater a propaganda com a verdade¹¹¹.

Com bastante cuidado para não adentrar o campo de agências de notícias particulares de seu país, Rockefeller e seus aliados, optaram por uma atuação neste *setor de propaganda*, de modo que pudessem agregar conteúdo aos materiais que já eram distribuídos e não competir com estes antigos fornecedores, que atuavam, há tempos, na região¹¹².

Notícias foram transmitidas por ondas curtas; pela distribuição de artigos, foto notícias, panfletos e desenhos animados; e pela publicação de uma revista, "En Guardia". Nestas operações o principal objetivo é fornecer às agências de notícias das outras repúblicas americanas que não são capazes de obter informações das principais associações de imprensa comerciais com os materiais considerados necessários para levar a cabo o programa dos Estados Unidos¹¹³.

Todo o material adquirido ou produzido a pedido do OCIAA, visava atender aos padrões internacionais, mostrando uma excelente qualidade gráfica e rigor com o conteúdo da informação, que como dito, era uma forma de transmitir aos seus leitores, credibilidade. Dos programas de rádio, cuidadosamente construídos, aos desenhos animados, panfletos ou mesmo a sua principal publicação, a Revista En Guardia, tudo era submetido

¹¹¹ Texto original: "(...) the first step toward combating the propaganda battle that the Nazis are waging is the analysis of that propaganda, the techniques employed in disseminating it and its effect on the people of the Americas. With this basis data, there has been initiated a concerted program of improving the quality as well as the volume of subject matter used in the various media of communications radio, motion pictures and the press. This has been particularly the task of the Coordinator's Office, with full cooperation from other government departments as well as private agencies and individuals. There has been material increase in the programs broadcast to other American Republics as well as broadcast originating in the other American Republics for reception in this country. Newsreel coverage has increased markedly. A steadily increasing volume of U.S news is going to the other American republics to neutralize in large part the influence of the low cost or free press services supplied by the totalitarian agencies. The Coordinator's Office seeks always to combat propaganda with truth". In: NACP, RG 229, box 135, 2. "Inter-America movement: a study guide". Commercial and financial – reports and surveys, p. 7.

¹¹² ROWLAND, Donald, W. (dir.). **History of the Office of the Coordinator of Inter-American Affairs** – Historical Reports on War Administration, Washington: Government Printing Office, 1947, p.44.

¹¹³ Texto original: "News was to be transmitted by shortwave radio; by distribution of feature articles, news photographs, pamphlets, and cartoons; and by the publication of an agency magazine, "En Guardia". In these operations the major attempt was to furnish the news agencies of the other American republics not able to obtain information from the major commercial press associations with the material considered necessary to carry out the United States program". In: ROWLAND, Donald, W. (dir.). Op. Cit, p. 45.

rigorosamente à supervisão de diferentes pessoas, bem como do próprio Departamento de Estado dos Estados Unidos¹¹⁴. Reuniões semanais eram realizadas com membros dos comitês regionais, que buscavam ao máximo estar em consonância com os ditames de seu coordenador geral e com as expectativas de Roosevelt. O material impresso a que tivemos acesso, a partir da documentação do OCIAA disponível no National Archives em College Park/Maryland, trouxe-nos a percepção dos vários tipos de “apelo” que os panfletos ou imagens, que chegavam aos lares de diferentes americanos, oferecia. Apelava-se a um passado em comum, a um sentimento comum frente à Segunda Guerra Mundial, ou estimulava o aprendizado sobre assuntos que afetavam a saúde pública dos latino-americanos. Em outras palavras: além de um enfoque ao presente, semeava-se um futuro, ao transmitir a estas nações o que havia de mais moderno e “civilizado” naquela década de 1940.

Também se veiculava uma imagem ufanista, com uma retórica exagerada sobre a realidade dos países latino-americanos. Esta maneira irrealista de exposição não se limitou ao conteúdo cinematográfico, como notou Darlene Sadlier¹¹⁵, ela também se estendeu aos panfletos, revistas ou notícias de rádio. A realidade econômica, os limites territoriais e as projeções de futuro que eram salientadas, acabam dando a impressão de um desenvolvimento que logo poderia ser concretizado. Se nos atentarmos à construção do conteúdo propagado pelas mais diferentes vias propiciadas pelo OCIAA, veremos, no entanto, que esta “solidariedade hemisférica” era mais díspar do que procurava evidenciar: o papel de inferioridade destas nações acaba prevalecendo, à medida em que os Estados Unidos apareciam sempre como a grande “fortaleza continental”.

O OCIAA não produzia todos os materiais que distribuía no continente. O famoso panfleto, “Americanos Todos: Luchamos por la victoria/ Americans All: Let’s fight for the victory”, de 1943, que demonstra a união entre México e Estados Unidos, foi produzido pelo Office of War Information. Valendo-se destes materiais, era representado estes dois povos, que com seus trajes específicos,

¹¹⁴ ROWLAND, Donald, W. (dir.). **History of the Office of the Coordinator of Inter-American Affairs** – Historical Reports on War Administration, Washington: Government Printing Office, 1947, p. 45.

¹¹⁵ SADLIER, D. J. **Americans All** - Good neighbor cultural diplomacy in world war II. Austin: University of Texas Press, 2012, pp. 119-157.

sugeriam que a América seria um todo, harmonioso, com diferenças culturais que em nada interviriam neste plano de aproximação. Seus rumos e objetivos passavam a ser os mesmos, a partir do momento em que alcançassem a vitória na Guerra.



FIGURA 1: Panfleto - “Todos Americanos /Americans All”.¹¹⁶

Em um dos mais de 60 panfletos que foram distribuídos em escolas, bibliotecas, ou em comitês de coordenação na América Latina, intitulado “American Republics: The goods they exchange”, citava-se esta ideia de uma cooperação, que mesmo parecendo desigual, possuía uma lógica e seria uma troca bastante justa, considerando o bem do continente e a proteção da liberdade. Em um mapa ilustrou-se o gigante continente americano e de forma bastante didática foram anotadas as ajudas de toda a América, de norte a sul, na luta contra o Eixo. Enquanto, abaixo do Rio Grande seriam extraídos os materiais estratégicos, que por sua abundância eram requeridos naquele

¹¹⁶ NACP, RG 208, PMP 65. Panfleto: “Todos Americanos: *Luchamos por la victoria/ Americans All: Let's fight for the victory*”, 1943.

momento, à “grande nação do Norte”, recairia o papel de conversão destes minerais em armas, tanques, navios ou aviões. A troca era sinalizada como justa, embora na prática, apontasse para as disparidades econômicas e tecnológicas que o continente possuía. Assim, no *discurso público* do OCIAA, aquele que chegava aos lares, nas rodas de discussões dos comitês de coordenação regionais, nas universidades ou mesmo nas associações empresariais ou nos cinemas, a ideia reproduzida era a da construção de uma rede de auxílio mútuo entre os americanos. Este discurso fica nítido neste trecho do folder *Good Neighbor – See the Americas First*, onde o motivo desta política recém-instaurada seria a busca por um mundo melhor, onde ocorria, de maneira verdadeira, uma busca pelo crescimento e desenvolvimento mútuo:

A política de boa vizinhança se destina a promover a busca da paz comercial, cultura, e uma devoção à liberdade e aos princípios de autogoverno que criam a comunidade de interesses que base de todas as amizades duradouras. Essas atividades envolvem mais contatos diretos e pessoais. Bons vizinhos devem ver um ao outro¹¹⁷.

Desta forma, para instaurar os propósitos de luta contra o Eixo e fortalecer a solidariedade cultural e comercial, dois problemas teriam que ser superados: o dos transportes e o da comunicação. Era uma realidade bastante simples de ser compreendida, uma vez que em plena década de 1940, poucas eram as estradas que interligavam as regiões mais remotas dos países sul-americanos, e poucas famílias, usufruíam das modernidades, onde o rádio, um dos principais veículos de comunicação de massa, era um dos principais ícones de desejo. Muito do que se planejava não podia ser concretizado. Para os “vizinhos” se conhecerem, a partir das ondas curtas ou do encontro real, era preciso um maior investimento nesta área:

Para conseguir isso, a facilidade de transporte e comunicação é essencial. Deste ponto de vista o desenvolvimento da política da boa vizinhança entre os Estados Unidos e os países da costa leste da

¹¹⁷ Texto original: “*The Good Neighbor policy is intended to promote the pursuits of Peace-commerce, culture, and a devotion to liberty and the principles of self-government which create the community of interest that basis of all enduring friendships. These pursuits involve more direct and personal contacts. Good neighbors should see one another*”. NACP, RG 229, box 178. “Folder: Good Neighbor – See the Americas First presented by United States Maritime Commission”, p. 2.

América do Sul, particularmente as Repúblicas da Argentina, Brasil e Uruguai, foi retardado por serviço de navio a vapor inferior¹¹⁸.

Em uma guerra que aos poucos conclamava mais povos, um inimigo necessitava ser combatido: o Nazifascismo. Assim, uma outra nuance da propaganda do OCIAA demarca a atribuição ao “inimigo” dos males surgidos no mundo por conta das restrições instauradas à liberdade, representada pela democracia liberal e estadunidense. O futuro da liberdade parecia ceder a cada ofensiva perdida pelos Aliados no front de guerra. Os latino-americanos, distantes geograficamente do conflito, sentiam as privações deste conflito em seu cotidiano, uma vez que seus reflexos chegavam, de distintas maneiras, ao continente americano¹¹⁹. Por meio da agência oficial do governo, liderada por Rockefeller, estes povos passaram a se perceber como parte essencial desta luta, que passavam a ver suas potencialidades minerais como peças de grande valor neste tabuleiro.

No panfleto abaixo, esta ideia de um inimigo que cessa com um futuro de prosperidade e instaura “tempos nebulosos”, fica bem nítida. Como salientou Raoul Girardet na obra “Mitos e mitologias políticas¹²⁰”, as sombras, o nebuloso, abrigariam na mentalidade ocidental o local onde residem os animais mais peçonhentos, asquerosos, sendo possível, estabelecer uma associação com o folder distribuído pelo OCIAA, que mostra uma paisagem nitidamente nebulosa sendo irrompida pelo sol da “liberdade”, aquele que trazia, lentamente, a liberdade e a felicidade novamente ao mundo. A “loucura” nazista era colocada como um momento passageiro. O modelo livre e democrático estadunidense era “naturalizado”, como se ele representasse o único caminho possível para um mundo melhor.

¹¹⁸ Texto original: “*To accomplish this, facility of transportation and communication is essential. From this standpoint the development of the Good Neighbor policy between the United States and the countries on the East Coast of South America, particularly the Republics of Argentina, Brazil, and Uruguay, has been retarded by inferior steamship service*”. NACP, RG 229, box 178. “Folder: Good Neighbor – See the Americas First presented by United States Maritime Commission”, p. 2.

¹¹⁹ Sobre o reflexo da guerra no cotidiano brasileiro ver: CYTRYNOWICZ, Roney. **Guerra sem Guerra**: a mobilização e o cotidiano em São Paulo durante a Segunda Guerra Mundial. 2ª ed. São Paulo: Edusp, 2002.

¹²⁰ GIRARDET, Raoul. **Mitos e Mitologias Políticas**. Tradução: Maria Lúcia Machado. São Paulo. Ed.Cia das Letras, 1987.



FIGURA 2 - Panfleto: “O Homem sobreviverá livre depois de esmagada a loucura nazista”¹²¹.

Além dos panfletos, que chegavam às mãos de cidadãos comuns latino-americanos, eram distribuídos outros materiais impressos, que possuíam um grupo distinto de leitores. Por possuírem uma linguagem bastante aprimorada e voltada a assuntos referentes à economia ou à veiculação de notícias sobre a Guerra na Europa, podemos sugerir que houvesse um público específico: pessoas letradas, de origem socioeconômica mais elevada. Desta forma, entre os mais distintos materiais que foram produzidos e distribuídos na América Latina durante a Segunda Guerra Mundial, alguns deles, voltavam-se para aqueles que possuíam afinidade com as temáticas e domínio na leitura.

A principal publicação do Office of the Coordinator of the Inter-American Affairs foi a revista “Em Guarda” ou “Em Guardia”, sua famosa versão em espanhol. Trazendo como lema: “Para defesa das Américas”, esta revista mensal foi idealizada com o propósito de levar notícias da Guerra a partir da ótica estadunidense, por um layout atraente e moderno. Com grande quantidade de

¹²¹ NACP, Records Groups 229, PG5. “Panfleto: O Homem sobreviverá livre depois de esmagada a loucura nazista”.

imagens, em geral, fotorreportagens, capas coloridas e tamanho grande (25,5 X 35 cm), sua tiragem atingiu 550.000 exemplares por edição em 1943. Tentando equipará-la a revistas comerciais estadunidenses que já circulavam no Brasil, como a Life, ou por possuir o nível gráfico e imponente da revista alemã Signal, (que era distribuída na Europa), a revista Em Guarda foi uma significativa porta-voz dos ideais estadunidenses na região latino-americana. Outro material impresso bastante importante e direcionado às elites econômicas, uma vez que levamos em consideração o seu conteúdo, foi o American Newsletter, ou “Carta Informativa Americana” na versão portuguesa. Publicada, quinzenalmente, com linguagem bastante técnica e sem nenhuma fotografia ou ilustração, era distribuída aos *comitês de coordenação* e, possivelmente, chegava às mãos de cidadãos ligados, direta ou indiretamente, ao comércio, indústria ou demais ramos econômicos. No Brasil foram distribuídos mais de 4.000 exemplares no ano de 1943¹²², fazendo com que o alcance desta publicação chegasse a um número considerável de leitores.

Partindo do pressuposto que tais materiais, revistas e alguns panfletos, mesmo que significativos em quantidade, ainda ficassem restritos a poucos grupos (devido ao seu linguajar) e locais de distribuição (pois eram distribuídos aos comitês de coordenação, que eram localizados nas maiores cidades do país, mail lists fornecidos por grandes empresas, bibliotecas e universidades), podemos sinalizar que, possivelmente, este tipo de material produzido e/ou distribuído pelo OCIAA visasse um público mais elitizado, ou que pudesse, por meio da leitura assídua destes artigos, mover sua opinião a favor da influência estadunidense na região, durante e após a guerra, e tornar-se, a longo prazo, parceiros mais estreitos dos Estados Unidos.

1.2.1 – O front interno.

As atividades culturais interamericanas nos Estados Unidos foram iniciadas logo após a instauração oficial do OCIAA. Aos poucos, foi sendo nutrido um espírito nos estadunidenses, que acabou incorporado por muitos, de uma

¹²² NACP, RG 229, box 941. “Activities of the coordinator of the Inter-American affairs in Brazil”, *Filing Schemes and projects notebook*, 21 de abril de 1943.

real aproximação continental, e um genuíno interesse pelos seus “vizinhos” por parte de seu governo¹²³. Muitos artistas e intelectuais estadunidenses pareciam, realmente acreditar que ao trabalharem como porta-vozes da Política da Boa Vizinhança, estariam participando de uma real missão, uma “missão civilizatória, que ao derrotar o fascismo, transformariam o mundo. Porém, nenhuma agência havia sido criada, especificamente nos primeiros meses, para cuidar destas atividades. Assim, parte delas, foram desenvolvidas pela Divisão de informações e pela Divisão de Relações Culturais, a partir de dois meios de comunicação e entretenimento: o rádio e o cinema¹²⁴. Falando diretamente para um público civil, que integravam diferentes agremiações ou organizações no país, em 1 de Abril de 1941, Rockefeller aponta o papel que o cidadão comum, engajado em alguma agência interamericana, teria no sucesso do programa.

Primeiro: Como parte do esforço de defesa da nação e como uma extensão permanente do programa de Boa Vizinhança para estimular um movimento geral de educação popular sobre a América Central e do Sul em todas as comunidades do país. Só assim teremos um povo bem informado; Segundo: Devemos ter uma ação comunitária concentrada em fornecer para o estudo e ensino de Espanhol e Português nas escolas e nas classes estabelecidas para adultos; Terceiro: Precisamos de uma ação comunitária articulada para aumentar as compras de produtos importados das outras Repúblicas Americanas; e Quarto: Seria muito útil ter uma ação entre as mulheres e outras organizações para fornecer acolhimento adequado para os visitantes e para estabelecer contatos diretos e amigáveis com grupos semelhantes e organizações nas outras Repúblicas Americanas. Há muitas maneiras de levar avante este programa, mas parece-me que a melhor e mais democrática maneira é para os homens e mulheres dos Estados Unidos, atuando através de suas muitas organizações, desempenhar um papel responsável na interpretação e promover essa parte de um programa nacional que mais imediatamente os afeta. Vocês que participam nesta conferência hoje representam muitos milhares de mulheres, suas organizações se estendem para quase todas as partes dos Estados Unidos, a sua composição inclui todo o tipo de mulher e cada variedade de atividades das mulheres¹²⁵.

¹²³ SADLER, D. J. **Americans All** - Good neighbor cultural diplomacy in world war II. Austin: University of Texas Press, 2012.

¹²⁴ ROWLAND, Donald, W. (dir.). **History of the Office of the Coordinator of Inter-American Affairs** – Historical Reports on War Administration, Washington: Government Printing Office, 1947, p. 105.

¹²⁵ Texto original: “First: As a part of the nation's defense effort and as a permanent extension of the Good Neighbor program to stimulate a general movement for popular education about Central and South America in every community of this country. Only so will we have a well informed people; Second: We should have concerted community action to provide for the study and teaching of Spanish and Portuguese in schools and in classes established for adults; Third: We need concerted community action to increase purchases of products imported from the other American Republics; and Fourth: It would be most helpful to have concerted action among women's and other organizations to provide suitable hospitality for visitors and to establish direct

Caberia a cada pessoa, na posição em que ocupava e no local em que estava, oferecer o melhor de si em favor das Repúblicas Americanas. No entanto, ainda em seus primeiros passos, tais atividades ficavam apenas em discursos como este, proferidos em determinadas situações. O cidadão comum foi realmente mobilizado após a entrada oficial dos Estados Unidos na Segunda Guerra Mundial e a efetivação da “Divisão de Atividades Interamericanas nos Estados Unidos” que ocorreu em 23 de março de 1942, fornecendo um “arsenal” de informações para atuar em um confronto que procurava desfazer preconceitos, fomentar o interesse pelo “outro” latino-americano e respaldar as políticas oficiais.

Quem, inicialmente, liderou as atividades domésticas do OCIAA foi Walter Laves, da Universidade de Chicago, que fora designado, a princípio, para desenvolver um programa de educação voltado a um público adulto. Seu foco visava a construção e veiculação de conhecimentos, compreendidos como o melhor meio para transformar as opiniões que ainda eram dissonantes de leste a oeste do país. Instaurada dentro de Departamento de Informação, esta agência recebeu como atribuições: a distribuição de materiais vindos das divisões de publicações, rádio, imprensa ou cinema¹²⁶; organizar as visitas, ou entreter os convidados latino-americanos que chegavam ao seu país, por meio da *Seção de Hospitalidade* e, atuar no trabalho conjunto com grupos ou associações civis, por meio da *Seção de Organização Cívica*. Durante os seus anos de existência, suas atribuições foram pouco modificadas das inicialmente propostas. A divisão liderada por Laves se dedicou, exaustivamente, a duas grandes frentes: distribuir e estimular a produção extensiva de materiais propagandísticos que possuíam a América Latina como temática principal em suas relações intercontinentais e

and friendly contacts with similar groups and organizations in the other American Republics. There are many ways of carrying forward this program, but it seems to me that the best and most democratic way is for the men and women of the United States, acting through their many organizations, to play a responsible part in interpreting and furthering that part of a national program that most immediately affects them. You who are taking part in this conference today represent many thousands of women, your organizations extend into almost every part of the United States, your membership includes every type of woman and every variety of women's activities”. In: ROWLAND, Donald, W. (dir.). **History of the Office of the Coordinator of Inter-American Affairs** – Historical Reports on War Administration, Washington: Government Printing Office, 1947, p. 105.

¹²⁶ ROWLAND, Donald. Op. Cit, p. 106.

preparar o país para receber os estrangeiros, organizar seus itinerários e mostrar o que havia de mais interessante nas terras do Tio Sam¹²⁷.

Este setor foi primordial para reforçar as atividades interamericanas que já ocorriam nos Estados por meio dos grupos privados, (mencionados no início deste capítulo). Provedo auxílio e respaldando suas ações no tocante à organização de fóruns ou conferências, ou mesmo de exposições itinerantes, onde o tema sempre estava dedicado ao interamericanismo. Estes grupos da iniciativa privada, que já se propunham, antes mesmo da Segunda Guerra Mundial, a promover trabalhos voltados às “outras” nações americanas, foram vistos como importantes centros onde a mensagem de “boa vizinhança” poderia se propagar mais fecundamente para as comunidades nas quais eles interagiam. A mensagem oficial, criada pelo OCIAA, poderia ser melhor compreendida e difundida se ela fosse distribuída por agentes mais próximos e melhor integrados às comunidades locais¹²⁸.

Um expressivo número de *Centros Interamericanos* foi criado nos Estados Unidos durante a vigência do OCIAA. Sem fins lucrativos e com uma estrutura legal, estes centros, que possuíam uma direção consultiva e executiva, articulavam as vozes oficiais do governo aos anseios e pretensões da iniciativa privada, nas mais diversas cidades e regiões. Eles atendiam áreas amplas, que abarcavam desde agricultura, educação, empreendimentos sociais, finanças, artes, indústrias e negócios¹²⁹. Buscava-se pessoas com proeminência local e que, ao se integrarem aos compactos grupos de diligência destas agências, pudessem dialogar abertamente com o pessoal do OCIAA, ouvindo suas sugestões e consolidando, assim, as propostas para a Política da Boa Vizinhança.

Em geral, a estrutura organizacional incluía um conselho de administração ou governadores, com ampla representação dos campos já mencionados, com uma comissão executiva normalmente fornecida para formar um grupo compacto e prontamente disponível para agir em nome do conselho entre as reuniões. Como uma cabeça ativa do Centro um diretor executivo era normalmente nomeado cujas funções eram para levar a cabo os grandes programas e sugestões específicas planejadas e votadas por várias comissões; para manter

¹²⁷ Idem, pp. 106 e 107.

¹²⁸ Ibidem.

¹²⁹ ROWLAND, Donald. Op. Cit. p. 110.

os registros necessários; para dirigir o pessoal de escritório; e para manter contato de trabalho com CIAA. Comitês consultivos de grupos especiais foram utilizados quando necessário para dar orientações para o programa em sua área de comunidade e comitês de programa com conhecimentos técnicos em áreas como a rádio, filmes, música, arte, bibliotecas, ensino de línguas, educação formal e de adultos, etc, foram utilizados¹³⁰.

A educação era vista como primordial para a mudança nas percepções dos estadunidenses em relação aos latino-americanos, por isso, uma atividade que também marcou a Divisão (ou departamento) das Atividades Interamericanas nos Estados Unidos, foi o auxílio dispensado aos professores. A eles caberia a tarefa de ensinar sobre as outras “culturas americanas” e produzir o material que seria usado em sala de aula ou aquelas que seriam distribuídas a um público mais amplo. Sua formação ocorria em um período de 2 a 6 semanas (geralmente em suas férias) onde participavam das chamadas “Oficinas Interamericanas” que reuniam entre 20 a 100 docentes de uma vez. Elas abordavam tópicos relativos a cada etapa ou área, sendo direcionadas às áreas de Língua Espanhola, ou para cada etapa específica do Ensino Básico¹³¹.

A distribuição de materiais didáticos formativos para os professores foi feita sem custos e uma série de exposições percorreram os mais variados colégios dos Estados Unidos. Ao mesmo tempo, a comunidade acadêmica era estimulada a auxiliar neste programa que fomentava o conhecimento latino-americano nos diferentes níveis de ensino. Houve oficinas sobre a Língua e a História estrangeiras em diferentes universidades, inclusive sobre o Brasil¹³². Os docentes que atuavam na área de Língua Espanhola, receberam além das informações históricas da região, lições sobre saúde ou estratégias para melhorar, a partir da educação, a vida daqueles homens e mulheres estrangeiros

¹³⁰ Texto original: “In general, organizational structure included a board of directors or governors, with wide representation from the fields just mentioned, with an executive committee usually provided to form a compact and readily available group to act for the board between meetings. As an active head of the Center an executive director was normally appointed whose functions were to carry out the broad programs and specific suggestions planned and voted by various committees; to keep the necessary records; to direct the office staff; and to maintain working contact with CIAA. Advisory committees from special groups were utilized when necessary to give guidance to the program in their area of the community, and program committees with technical knowledge in such fields as radio, motion pictures, music, art, libraries, language teaching, adult and formal education, etc, were utilized”. In: ROWLAND, Donald. Op. Cit. p. 110.

¹³¹ ROWLAND, Donald. Op. Cit. p. 109.

¹³² Idem.

que viviam nos Estados Unidos e não usufruíam de condições econômicas em suas comunidades. As atividades do OCIAA ganhavam formas de uma missão civilizatória¹³³.

No inverno de 1943, ele passa de Divisão para Departamento, embora seu diretor não tenha recebido na nomenclatura a designação de Coordenador Adjunto, sob alegações do pouco pessoal empregado. Em outubro de 1944, suas funções foram paulatinamente sendo modificadas, recebendo o nome de Departamento de Serviços Especiais (Department of Special Services). Suas atividades continuaram auxiliando nos grupos interamericanos, com as minorias que falavam o Espanhol nos estados mais ao Sul e Oeste do país e na recepção, alojamento, programação dos itinerários de visitantes que ainda chegavam todos os meses. Aos poucos, em especial no fim de 1945, suas atividades foram sendo encerradas¹³⁴. Além da disseminação de informações sobre os perigos da guerra, do nazismo e da construção de uma “Solidariedade Hemisférica”, um dos grandes interesses destas atividades instauradas entre estadunidenses foi a manter diversas pessoas, em diferentes ramos e atividades, em disposição à cooperação dos programas de intercâmbio que começavam a se intensificar conforme a Guerra ia avançando. Muitos latino-americanos desembarcaram na terra do Tio Sam (muitos pela primeira vez) a fim de conhecerem o esforço de guerra deste “progressista” país e acabaram vendo (uma vez que foi arbitrariamente selecionado) aquilo que de mais “novo” estava sendo desenvolvido em seu continente, ali representado pela grande nação do Norte.

Além destes projetos, desenvolvidos dentro das agências interamericanas, o conhecimento sobre a América Latina era propagado por outras vias. Um deles, foi com a feira que a Macy’s, uma das grandes lojas de departamento dos Estados Unidos, fez entre os dias, 17 de janeiro e 7 de fevereiro de 1942, em sua famosa loja de Nova York. Com o nome “Macy’s Latin American Fair”, seus clientes nova-iorquinos puderam adentrar em seu prédio por dois portais temáticos: um que lembrava o Rancho São José, da Cidade do México e, outro, que foi uma adaptação de um portal da igreja de Arequipa no

¹³³ Ibidem.

¹³⁴ Ibidem, 107.

Peru¹³⁵. No interior da loja, por meio de fotografias, reprodução de folhagens tropicais, aves e animais, livros, cerâmicas, joias, couro, tapetes ou músicas, a América Latina foi apresentada como um lugar muito mais interessante do que até então imaginavam.

Para o presidente da rede de lojas, Jack I. Straus, a feira seria um marco para a Política da Boa Vizinhança, pois entrelaçaria, como nunca antes na História, os interesses de norte a sul do continente. Em suas palavras, ocorria uma união entre estas nações “ao trabalhar em conjunto para a democracia, para a compreensão política e para o desenvolvimento de relações culturais e comerciais vitais para o futuro de segurança e prosperidade de todos nós”¹³⁶. Ele também argumentava que oferecer novos mercados aos produtos latino americanos, em um momento onde a Europa não mais absorvia esta demanda, não deveria ser temporário, mas sim, algo permanente e recíproco e a Macy’s, dessa forma, dava seus primeiros passos neste programa de auxílio mútuo: ela compraria e venderia a estes países. Para estimular o potencial comercial destes produtos, o merchandising não seria menosprezado. Os produtos não estariam somente à venda, mas também em exibição, possibilitando ao cliente a admiração, o conhecimento ou sua compra. Por isso que a América Latina foi ambientalizada dentro da Macy’s, a partir de exposições bastante chamativas e estereotipadas. A natureza tropical, a atmosfera colorida e a dramaticidade de sua cultura foram as temáticas principais. Mais do que produzir produtos, o foco recaía sobre criar um ambiente propício para este consumo, que poderia ser afetado no presente, mas que com boas propagandas e disseminação de expectativas, poderia “colher bons frutos” no pós-guerra.

Tendo consciência do poder de uma população informada, um dos primeiros discursos proferidos no New York Herald-Tribune Forum de 23 de outubro de 1940, Nelson Rockefeller mencionou a relação que os meios de comunicação criados para propósitos não democráticos, poderiam acentuar as

¹³⁵ Macy's Latin American fair. Disponível em:

<https://archive.org/details/macyslatinameric00macy>. Acesso em 05/02/2016.

¹³⁶ Texto original: “In working together for democracy, for political understanding, and for the development of cultural and trade relations so vital to the future security and prosperity of us all”. In: NACP, RG 229, box 178. “News from Macy’s Latin American Fair”. New York, 14 de outubro de 1941, p.1.

“barreiras para o entendimento nas Américas”¹³⁷. Ao defender seu argumento que a guerra na Europa, chegaria ao seu país, e que ela seria uma grande ameaça à democracia, o herdeiro da Standard Oil proferia que a melhor arma, a mais eficaz de todas para combater o Eixo seria a da “verdade”. Nada melhor do que contra bombardear em um conflito onde a informação era tão importante como difundir uma história nacional, marcada por grandes personalidades, momentos grandiosos ou mesmos de grandes valores morais.

Na tentativa de resistir à dominação dos poderes ditatoriais, não devemos procurar promover a regra pela nossa nação, ou por qualquer outra nação. Nossa única arma é a verdade. Se essa arma cai, a democracia deve cair. A história do homem é a melhor demonstração de que a verdade, e com ela a compreensão, não são facilmente realizados. Realização da verdade para as Américas será difícil e as barreiras muitas. Mas as barreiras serão superadas, os meios estão à mão e, na minha opinião, são simples e não complexos¹³⁸.

Podemos afirmar que os objetivos da propaganda realizada por Rockefeller e seus funcionários dentro de seu próprio país, estavam assentadas sobre duas principais metas: a primeira delas era mostrar que existiria um perigo iminente às suas fronteiras caso os nazistas conseguissem atacar ou se instalar em algumas das nações latino-americanas. Para isso seria imprescindível buscar uma “Solidariedade Hemisférica”, apoiando os programas de desenvolvimento econômico dos líderes latino-americanos e suprir suas necessidades básicas, pois dependiam exponencialmente das importações europeias. Deixá-los vulneráveis acarretaria em grandes tragédias. Em relatório de 5 de junho de 1941, que propunha algumas metas para a propaganda doméstica a partir dos dados colhidos pela American Social Surveys¹³⁹, foi

¹³⁷ NACP, RG 229, box 1471. Nelson Rockefeller, “Barriers to understanding in the Americas”, discurso para o New York Herald-Tribune Forum. Nova York, 23 de outubro de 1940.

¹³⁸ Texto original: “In seeking to resist domination by dictator powers, we must not seek to promote rule by our nation or by any other nation. Our only weapon is truth. If that weapon falls, democracy must fall. The history of man is the best demonstration that truth, and with it understanding, are not easily realized. Realization of truth for the Americas will be difficult and the barriers many. But the barriers will be overcome, the means are at hand and, in my opinion, are simple rather than complex”. NACP, RG 229, box 1471. Nelson Rockefeller, “Barriers to understanding in the Americas”, discurso para o New York Herald-Tribune Forum. Nova York, 23 de outubro de 1940, p. 2.

¹³⁹ Agência criada por *George Gallup e Hadley Cantril*, com vistas a fornecer dados sobre a opinião pública dos estadunidenses e latino-americanos para o OCIAA, sobre diversas questões que envolviam a Segunda Guerra Mundial e a Política da Boa Vizinhança.

mostrada uma preocupação em relação ao pouco conhecimento do estadunidense às possíveis ameaças que os rondavam:

Mais de 130 milhões de pessoas americanas ainda não podem compreender que nossas próprias casas estão em última análise, em perigo de ser bombardeadas se uma única, hostil base aérea for estabelecida no Hemisfério Ocidental¹⁴⁰.

Dados colhidos meses depois, ainda apontavam para uma significativa parcela da população que não buscava se inteirar sobre este tipo de assunto. Geralmente, aqueles grupos de menor escolaridade ou que se declaravam “desinformados”, não pensavam sobre os efeitos que uma invasão nazista acarretaria em seu país. Embora ambos os grupos entrevistados citassem o temor por uma “desvantagem militar”, poucos estendiam seu efeito a uma possível perda da liberdade, do seu “modo de vida americano” então, da fragilidade de sua “moral” perante o continente como consequência de uma invasão nazista à América Latina.

Você já pensou nos efeitos que uma invasão nazista na América do Sul poderia ter neste país?		
	Sim	Não
Bem informados	88	14
Moderadamente informados	75	25
Pouco informados	57	43
Desinformados	26	74

Se “sim”, quais seriam os efeitos?				
Informação				
	Bem informados	Moderadamente informados	Pouco informados	Desinformado
Desvantagens militares para os Estados Unidos	42	39	31*	25,1 %
Perdas econômicas	14	10	6	
Desfavorável (inespecífico)	8	12	10	
Perda da Liberdade e modo de vida	1	1	-	
Não, é impossível	1	-	1	
Nenhum efeito sobre nós	2	1	1	
Perda da Moral	4	4	2	
Estímulo ao esforço de guerra	11	5	2	
Outros	5	4	3	
Sim, sem resposta	1	-	1	
*Mais de uma resposta foi registrada				

TABELA 1: Efeitos da invasão nazista à América Latina¹⁴¹.

¹⁴⁰ Texto original: “More than 130 million American people still cannot comprehend that our that our very homes are ultimately in danger of bombing if a single, unfriendly air-base bridge head is established in the Western Hemisphere”. In: NACP, RG 229, box 137, 2. “Major immediate propaganda objectives: draft 2”, 5 de junho de 1941, p. 2.

¹⁴¹ NACP, RG 229, Box 137, 2. Hadley Cantril and Frederic Swift. “Opinion in the United States Concerning Latin America” Fourth Report Confidential for Nelson A. Rockefeller and Walter

Ao evidenciar essa “Solidariedade Hemisférica”, ficava bastante clara a posição de superioridade que os Estados Unidos acreditavam possuir em comparação com as demais nações do continente. Ao mesmo tempo em que se criava a imagem de um “inimigo” que ameaçava o mundo, também era reforçada a imagem daquele que possuía as condições reais para combatê-lo. Mais do que a unidade americana, a propaganda doméstica estadunidense durante a Política Boa Vizinhança nos Estados Unidos, foi responsável por reforçar a sua autoimagem perante seus cidadãos. Assim, a existência de uma significativa quantidade de material impresso, audiovisual ou imagético, que chegava aos estadunidenses por distintas formas e as características de seu conteúdo, além de enfocarem as relações com a América Latina, reafirmavam a imagem estadunidense como porta-voz do progresso. O front interno só estaria mobilizado e pronto para apoiar as políticas oficiais quando a mensagem de “boa vizinhança” se mostrasse como um viável caminho para seu próprio progresso. Percebemos esta discrepância dentro de seu próprio país. Abaixo do Rio Grande, no entanto, estas ambiguidades mostravam-se menos explícitas.

1.2.2 – A vanguarda do progresso.

A principal mensagem que, implicitamente ia sendo veiculada nas Américas, ia além desta solidariedade altruísta ou desprovida de interesses. Por meio das mais diversas publicações do OCIAA, criadas e veiculadas nos anos de Guerra, percebemos que existiu uma notória construção de sua nação como o grande paradigma da modernidade, como a mais poderosa nação do continente, que com sua capacidade militar, poder econômico, estrutura política e características morais diferenciadas, teria a obrigação em conduzir o mundo a um caminho de paz, ao mesmo tempo em que servia de modelo para seus “bons vizinhos” em seu crescimento ‘natural’ para o progresso. Como, nesta tese, buscamos por meio do material impresso, mostrar nuances da “Política da Boa Vizinhança” e a construção dos Estados Unidos como o país do *progresso e da modernidade*, mostraremos, por meio de alguns panfletos distribuídos na

Laves. American Social Surveys, Inc. Hadley Cantril, Director of Research, Princeton, New Jersey. August 5, 1942. Prepared by Frederick W. Williams, p. 19.

América Latina, como esta ideia foi sendo construída. Para este tópico, foram selecionados alguns panfletos distribuídos pelo “setor voltado à imprensa e publicações” e publicados em jornais de toda a América Latina, incluindo entre os brasileiros, o Diário Carioca, Diário da Noite e Diário de Notícias.

A partir de uma “grande campanha de publicidade”, na qual estampava na página do jornal O Diário de Notícias de 06 de Abril de 1941, o turismo entre as Américas seria, a partir daquele ano, um dos focos do governo estadunidense. O interesse não seria financeiro, mas visava promover um maior conhecimento entre a cultura e o modo de vida destes povos, que precisavam estar cada mais fortalecidos para lutarem e vislumbrarem juntos um futuro de liberdade. Este projeto ficava a cargo do Inter-American Travel Committee, que subordinado ao governo em Washington, fomentaria este intercâmbio turístico a partir da divulgação das principais atrações destes países. Na parte inferior do anúncio, que tomava uma página inteira do jornal, aparecia um convite bastante caloroso ao povo brasileiro, que sublinhava a necessidade do conhecimento mútuo, uma forma de se manter forte e unido frente às adversidades que surgiam em um momento de fragilidade bélica:

Aos brasileiros e a todos os povos irmãos da América, dirigimos, aqui, a saudação o povo dos Estados Unidos. Há, nela, uma mensagem e um convite. Uma mensagem de confraternização e um convite cordial para que visiteis nossa pátria. Convidamos os pais, cujos filhos estudam em nossas escolas, para que venham gozar, com eles, umas férias felizes, nos Estados Unidos. Convidamos os homens de negócio que tragam consigo as suas famílias. Convidamos os artistas, os estudantes, os profissionais, homens e mulheres... Convidamos aqueles que viajam pelo simples prazer de viajar. Todos encontreis aqui – assim o cremos – muito que ver e muito que gozar: nossas grandes cidades...nossos centros de ciência, de música ... de arte...as realizações monumentais de nossa engenharia ... as belezas de nossa terra ... o dinamismo de nosso esporte e de nossas múltiplas diversões! Para isto vos convidamos. Para isto e, sobretudo, para que melhor nos conheçamos. Pois vós e nós – povos livres do Hemisfério ocidental – quanto melhor nos conhecermos e compreendermos, mais forte teremos tornado a unidade espiritual de nosso Continente, tão vital para o futuro de nossos destinos comuns. Com este espírito, temos vos visitado dia a dia em maior número. Estamos encantados com vossa hospitalidade. E queremos retribuí-la. Vinde, também, aos Estados Unidos, para que possamos vos expressar a simpatia e amizade de todo o nosso povo¹⁴². (grifo nosso)

¹⁴² “Nova York, cidade mágica”, Diário de notícias, 6 de abril de 1941, p.7. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=093718_02&PagFis=5073&Pesq=trave%20committee>. Acesso em 05/04/2016.

Entretanto, o que acabou sendo veiculado nestes jornais e nos panfletos encontrados no National Archives¹⁴³ foi a exaltação do turismo para os Estados Unidos, com bastante ênfase em sua modernidade, progresso, e em sua provável supremacia. Em discurso para imprensa, o próprio Nelson Rockefeller falou sobre os objetivos deste programa e justificou o enfoque dado ao turismo em seu país, que segundo ele, era o primeiro passo desta empreitada para um posterior conhecimento das outras nações:

A publicidade será feita, em primeiro lugar, com o objetivo de fomentar o turismo, porém, ao mesmo tempo, temos a esperança de que se poderá construir uma contribuição para melhorar o conhecimento recíproco entre os povos da América. Parte da publicidade será dedicada aos usos e costumes das instituições norte-americanas, para conhecimento dos viajantes procedentes das outras repúblicas americanas.

Sabemos que quanto mais visitantes cheguem aos Estados Unidos, das outras repúblicas, e quanto mais cidadãos norte-americanos visitem os países da América Latina, tanto maior será o conhecimento entre todos os americanos e a justa avaliação dos seus respectivos valores, esperança e modo de vida¹⁴⁴.

Para uma aproximação continental, elementos que pudessem unir tais povos, era imprescindível, uma vez que, buscando um passado em comum, ou elementos que aproximassem as Américas e os americanos, destacar características culturais que estivessem mais próximas do conhecimento de todos, eram essenciais. Assim, muitas são as citações onde a religiosidade do estadunidense é salientada, onde seu espírito livre, que preza pelo bem de todos é indicado como o modo mais correto de se viver e se alcançar desenvolvimento a longo prazo.

¹⁴³ NACP, RG 229, box 137, 2. Panfletos: “¡ La Magia de Nueva York!; i Pero que recibimiento...!; i Nuevas Maravilhas!; Ojalá regrese muchas veces!.

¹⁴⁴ “Nova York, cidade mágica”, Diário de notícias, 6 de abril de 1941, p.7. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=093718_02&PagFis=5073&Pesq=trave!%20committee>. Acesso em 05/04/2016.



FIGURA 3 – PANFLETO: Ojalá regrese muchas veces!.

(LEGENDA) Um dos santuários históricos dos Estados Unidos é a velha igreja do Norte em Boston, construída em 1723. Paul Revere imortalizou este templo quando ele deu voz de alerta contra a invasão armada e a convocar seus cidadãos a defenderem sua independência, no início da guerra de emancipação. Quem, em nossa América não está disposto, hoje em dia, a defender idêntico legado de liberdade?¹⁴⁵ (Grifo nosso)

Em praticamente todas as citações que são feitas sobre religião, seja nos panfletos, nas revistas ou em outros meios em que a “boa vizinhança” era propagada, não era enfatizado se suas igrejas seguiam as correntes cristãs católicas ou protestantes. Esta estratégia buscava evitar, como podemos supor, o aumento das hostilidades entre os países latinos, de bases católicas, com os Estados Unidos, que desde sua colonização, predominava correntes protestantes. Esta disparidade entre os povos era tão nítida, que a própria divisão brasileira do OCIAA, relatou em correspondência com a Coordenação em Washington, que seu país era mal visto por muitos brasileiros, pois o

¹⁴⁵ Texto original: “Uno de los santuarios históricos de los Estados Unidos es la vieja iglesia del Norte en Boston, erigida en 1723. Paul Revere inmortalizó esse templo cuando salió a dar voz de alarma contra la invasion armada y a instigar a sua conciudadanos a defender su independencia, al principio de la guerra de emancipación. Quien, en nuestra América, no está dispuesto hoy día a defender idéntico legado de libertad?”. In: NACP, RG 220, box 137, 2. Panfleto: Ojalá regrese muchas veces!.

associavam à vertente cristã protestante como algo parecido com “a peste bubônica e a comunhão com poderes satânicos¹⁴⁶”.

Ao mesmo tempo, de forma didática, vão sendo apresentados os “heróis da nação”, aqueles que teriam sido diferenciais na construção da história de seu povo, como podemos perceber neste fragmento do panfleto “Ojalá regrese muchas veces!”. Depois de apresentar a história da Old North Church, conhecida igreja em Boston, no panfleto acima, o lendário Paul Revere é destacado a partir da menção que se faz a um dos seus feitos, que teria sido crucial no processo da Independência dos Estados Unidos. Vemos que, mais que um despretenso chamariz para um turismo intercontinental, estes anúncios eram propagandas implícitas de um modelo de sociedade, e de forma didática, oferecia aos seus leitores um conhecimento mais amplo sobre os Estados Unidos da América. Esta estratégia, de veicular a História dos Estados Unidos, pode ser vista em outras publicações advindas do setor de imprensa e publicações. Na revista *Em Guarda*, por exemplo, em seus dois primeiros anos de edição (1942 e 1943), a ênfase de seu conteúdo recaiu em mostrar seu poderio bélico e personagens importantes de sua política e fileiras militares. Homens como Cordell Hull, Sumner Welles, Franklin Roosevelt, Henry Wallace, Henry Arnold, eram retratados como grandes homens, comprometidos com suas funções e acima de tudo, com o futuro de seu país. A integridade e a hombridade seriam pré-requisitos para os dirigentes dos Estados Unidos.

Tanto comprometimento com a nação resultavam em uma capacidade industrial e técnica imensurável. Ao mostrar algumas das atrações do país, cita-se a represa de Grand Coulee, no estado de Washington, que estava sendo construída desde o ano de 1933. Quando foi inaugurada, em março de 1941, a hidrelétrica tinha uma capacidade de energia de 2. 700.000 cavalos, o que para a época, colocava-a como a maior geradora de energia do mundo. Para os estadunidenses ela foi um grande empreendimento, em especial, em regiões mais remotas como o Oeste do país. Os latino americanos que a visitavam, traziam impressões bastante otimistas a respeito de sua capacidade tecnológica

¹⁴⁶ Texto original: “(...) Protestantism, which has never been a widely know or very vigorous reality in Brazil, is commonly held to be something akin to the Bubonic plague and communion with Satanic powers”. In: NACP, RG 229, box 417. Memorando: Brazilian Division to The Coordinator Mr. Prendergast. 31 de março de 1944.

e industrial: “Por meio do Grand Coulee, o governo dos Estados Unidos dá novo impulso para o desenvolvimento físico, econômico e social de seu povo¹⁴⁷”.

Ao lado de uma capacidade militar e econômica, no entanto, construía-se também uma imagem de um povo amigável e receptivo aos estrangeiros. Como consta no panfleto, “Novas maravilhas”, os turistas argentinos, Sr. e Sra. Miguel Riglos, narram com entusiasmo sua estadia na Califórnia, estabelecendo conexões com sua própria cultura: “Gostamos imensamente do povo dos Estados Unidos – um povo livre e independente como nós próprios; um povo amigo e hospitaleiro”. Em outra passagem de seus relatos, eles diziam que “Em toda a parte temos achado conforto e todas as conveniências, e também, atenção e gentileza que tornam o viajar neste país uma inolvidável experiência¹⁴⁸”.

No “Jornal das Moças”, de 4 de setembro de 1941, comentava-se, euforicamente, que depois do estreado o filme “Uma Noite no Rio” instaurou-se alguns costumes brasileiros no país: “Se nós, aqui, usamos o ‘Good Bye’, et cetera, eles já se acostumaram com o ‘chi!’... e o ‘boa noite’ (...)”¹⁴⁹. O gosto pela cultura latino-americana parecia crescer, principalmente, pela veiculação de suas músicas. Nova York, segundo um destes panfletos de viagem, possuía mais de 200 cabarés que compartilhavam deste gosto pela cultura das outras repúblicas americanas. Seria em toda a Broadway e nos Estados Unidos como um todo, que a música e os artistas latino americanos eram sempre, calorosamente, aplaudidos. Como ilustração principal, aparecia Carmen Miranda, que ficou conhecida como a “Embaixadora da Boa Vizinhaça”, dançando com seu Tutti frutti hat, em meio ao público educado e polido estadunidense. Assim, em escritas e imagens, mesmo que fossem pensadas dentro deste grande projeto de aproximação cultural continental, estadunidenses engajados nesta “boa vizinhaça”, embora visassem não transparecer,

¹⁴⁷ NACP, RG 229, box 137, 2. Panfleto: Ojalá regrese muchas veces!.

¹⁴⁸ “Novas Maravilhas”, Diário de notícias, 13 de abril de 1941, p. 16. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=093718_02&PagFis=5152&Pesq=trave%20committee>. Acesso em 10/04/2016.

¹⁴⁹ PAULO, Roberto. “Ouvindo a estrelíssima Carmen Miranda”, Jornal das Moças, 4/09/1941, p.33. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=111031_04&PagFis=1230&Pesq=tio%20sam>. Acesso em 11/04/2016.

deixavam marcado aquilo que estava neles incrustado: os antigos e perniciosos estereótipos sobre o “outro” latino-americano.

CAPÍTULO 2

CONSTRUINDO UM PROJETO: O “OUTRO” E A “BOA VIZINHANÇA” NA OPINIÃO PÚBLICA NO BRASIL E NOS ESTADOS UNIDOS.

“Public opinion is a powerful, bold and unmeasurable part”.

Montagne.

“The voice of the people is not the voice of God – at all times and under all conditions”.

Gallup e Rae

Combater o avanço nazista e ao mesmo tempo disseminar a ideia de solidariedade hemisférica na América Latina, passou pelas ondas do rádio, por impressos, como revistas, jornais e panfletos ou chegou às grandes telas de cinema, que ainda pouco eram vistas nos confins de países centro e sul americanos, como o Brasil¹⁵⁰. A grande preocupação estava em oferecer aos homens e mulheres desta região, informações embasadas, a fim de não serem apontadas como irreais e “manchar” a imagem que os Estados Unidos pretendiam construir de si, no cenário beligerante da década de 1940. Também havia a preocupação em oferecer materiais de qualidade, iguais ou superiores aos que os alemães estavam distribuindo aos seus descendentes que formavam colônias mais ao sul do continente¹⁵¹, ou para os demais adeptos de sua política. O governo estadunidense, bem como os integrantes do OCIAA tinham consciência da importância desta “ofensiva propagandística”, tanto o é que, nos dois primeiros anos de atuação de sua agência, a contenção aos nazistas foi a sua prioridade.

A missão não foi fácil. O imaginário¹⁵² acerca do “outro” adquiria um caráter bastante hostil no continente. O latino-americano, era visto de forma

¹⁵⁰ Segundo dados do IBGE, em 1938 havia 313 salas de travando nas capitais no país, estando distribuídas por região: 27 no Norte; 55 no Nordeste; 17 no Este; 108 no Sul; 9 no Centro e 97 no distrito Federal. In: IBGE, “Teatros, salões destinados a fins teatrais e cinemas existentes nos municípios das capitais — 1937/38”. Disponível em: <http://seculoxx.ibge.gov.br/populacionais-sociais-politicas-e-culturais/busca-por-palavra-chave/cultura>. Acesso em 02/05/2016.

¹⁵¹ Estimava-se uma população no Brasil, segundo o *Foreign Office*, de 800 mil italianos, 220 mil alemães, e 280 mil japoneses residentes no Brasil nos anos finais da década de 1930, que viviam em colônias localizadas na região sul do país. A parcial integração dos imigrantes no Brasil, era um motivo de preocupação do governo brasileiro. Havia programas de rádio em diversas línguas no Brasil no final da década de 1930. Ouvia-se o alemão, o italiano, o polonês, japonês, que transmitiam programações atraentes para este público tão expressivo e ao mesmo tempo, distante da realidade do país. Vargas, que queria integrar, em um mesmo “coro” seu país, a partir da ditadura do Estado Novo, professava seu descontentamento com tamanho isolamento destes estrangeiros. Com medo que tais pessoas “atixassem” o nacionalismo aos seus compatriotas, pelas vias sonoras, pelas escolas alemãs que pouco se falava de português, ou por outros negócios comandados por estas pessoas. A partir de 1938 inicia-se uma contenção destes grupos, ao proibir partidos políticos estrangeiros, bem como rádios locais e insistia-se na utilização da língua portuguesa nas escolas de imigrantes. Tal medida agradou os estadunidenses, que mesmo não limitando totalmente tais grupos, por meio de *Jefferson Caffery*, embaixador dos Estados Unidos no Brasil, Getúlio Vargas recebeu calorosos elogios.

In: LOCHERY, Neill. **Brasil: os frutos da Guerra**. Tradução de Lourdes Sette. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2015, pp. 62 a 64.

¹⁵² O imaginário, conceito histórico que ganhou expressividade após a corrente historiográfica denominada Nova História ganhar força nas últimas décadas do século XX, refere-se, de maneira geral, às imagens introjetadas por uma sociedade sobre suas representações coletivas ou individuais, que passam a definir, representar ou mesmo projetar determinadas questões culturais, como um museu mental, receptáculo de imagens intangíveis de um povo, construídas no decorrer de sua História. Alguns trabalhos são elucidativos desta ideia, podendo citar:

depreciativa pelo estadunidense, considerado, praticamente, o seu oposto cultural, político e econômico. Sua autoimagem estava sedimentada sob uma sociedade branca, anglo-saxã e protestante (sociedade WASP- White, Anglo-Saxan and Protestant), enquanto o restante do continente viveria em um intenso atraso econômico associado a valores morais deturpados, originário em grande parte, do ambiente tropical que abrigava suas nações e da colonização ibérica ao qual foram submetidos. Os adjetivos comumente associados a tais populações, desta forma, recaíam sobre o oposto desta autoimagem, associando-os a negros (ou mestiços) e católicos, características tidas como suficientes para justificar sua “inferioridade”. Os “norte-americanos”, ao mesmo tempo, vistos do outro lado do “Rio Grande”, nada mais seriam do que pessoas materialistas e imperialistas, que buscavam reduzir a vida, segundo a Revista Careta publicava em março de 1921¹⁵³, “a um ambiente mercantil, só ao estúpido ciclo das conquistas materiais”. O modo como conduziam sua sociedade, seria assim, o contrário do ideal almejado pelos latino-americanos, onde o sentimento seria “sempre alimentado por imagens ideais”, por valores que elevavam a alma humana. A Política da Boa Vizinhança, desta maneira, buscou convencer tais povos sobre os benefícios que esta aproximação traria, pautando-se na abundante informação sobre os “dois lados do continente”, tido como o método motriz para o convencimento destas pessoas.

Um dos primeiros passos dados pelo OCIAA, a fim de implementar melhor seus programas, estabeleceu-se sobre o mapeamento do público que haveria de lidar, buscando em seus gostos cotidianos, hábitos de leitura ou estações de rádio mais ouvidas, as lacunas que permitiriam a melhor imbricação de seus “produtos culturais”. Também seria válida tal mensuração, no que tange à percepção mais nítida sobre como as tentativas de aproximação dos Estados Unidos com a América Latina eram percebidas pelos americanos, e quais grupos estariam mais propensos a conceder apoio ou mesmo, acreditar em suas “boas”

BACZKO, Bronislaw. “**Imaginação Social**”. In: Enciclopédia Einaudi, Imprensa Nacional da Casa da Moeda, 1985. Vol 5, p. 296-330; CHARTIER, Roger. **A história cultural: entre práticas e representações**. Rio de Janeiro: Difel/Bertrand Brasil, 1988; DURANT, Gilbert. **O imaginário: ensaio acerca das ciências e da filosofia da imagem**. Rio de Janeiro: Difel, 2001.

¹⁵³ “Pela latinidade”. Revista Careta, 5 de março de 1921, p. 41. Disponível em: <<http://memoria.bn.br/DOCREADER/DOCREADER.ASPX?BIB=083712>>. Acesso em: 10/11/2015.

intenções de auxílio hemisférico. A American Social Surveys, Inc. (AAS), agência de pesquisas criada na década de 1940, entra em cena, com o intuito de colher diferentes informações sobre a opinião pública no continente, servindo como suporte imprescindível para conduzir tais populações ao apoio irrestrito dos projetos oriundos do Departamento de Estado.

Esta agência de polls, criada especificamente para produzir pesquisas concernentes ao programa de “Boa Vizinhança” em 1940, teve como presidente George Gallup¹⁵⁴ (1901-1984), uma das autoridades em pesquisas de opinião pública nos Estados Unidos e Hadley Cantril¹⁵⁵, professor universitário e autor de “The Invasion from Mars” que analisou os motivos para o pânico ocorrido na transmissão de Orson Welles em 1938¹⁵⁶. Mantida por fundos privados, ela foi responsável por produzir diversas pesquisas entre os anos de 1940 a 1945. Buscou mapear os distintos pensamentos de estadunidenses e latino-americanos acerca de seus conhecimentos sobre a guerra que ocorria na Europa e a extensão que seus eventos faziam surgir no continente americano. O questionamento de suas visões sobre o “outro”, dos agentes que seriam reputados como ameaças potenciais ao seu “mundo livre”, ou a contabilização dos meios de comunicações mais utilizados em seu cotidiano, reforça nossa

¹⁵⁴ Por meio da criação da famosa Gallup Poll, em 1935, George Gallup tornou-se um dos precursores na medição confiável da opinião pública nos Estados Unidos. Suas pesquisas de amostragem, que mostravam a opinião dos mais variados grupos do país, possibilitou que estes distintos pensamentos ganhassem a visibilidade de policymakers, onde passaram a ser levados em consideração em seus projetos políticos. In: GEER, John G., ed. **Public opinion and polling around world: a historical encyclopedia**, vol 1. Santa Barbara, CA: ABC Clio, 2004, p. 407.

¹⁵⁵ Hadley Cantril foi um notório pesquisador estadunidense da opinião pública e das maneiras de mensurá-la, por meio das pesquisas. A partir de seus estudos voltados à psicologia social, buscou, ao longo de sua trajetória acadêmica, compreender a natureza das atitudes humanas, bem como da natureza das percepções. Ficou conhecido pelo auxílio na sistematização da opinião pública para o governo dos Estados Unidos, onde auxiliou na condução de uma política externa que passava a levar em consideração a opinião pública nacional e internacional. In: GEER, John G., ed. **Public opinion and polling around world: a historical encyclopedia**, vol 1. Santa Barbara, CA: ABC Clio, 2004, p. 387.

¹⁵⁶ No dia 30 de outubro de 1938, na rádio CBS nos Estados Unidos, uma transmissão, que era na verdade uma apresentação de “radioteatro”, narrada por Orson Welles, causou o pânico em mais de um milhão de seus ouvintes. Adaptando uma ficção, “The War of the Worlds”, do escritor inglês Herbert George Wells, à programação de rádio, Welles, utilizando de todos os recursos (entrevistas com autoridades, reportagens externas) narrou a possível invasão do planeta por alienígenas. No dia posterior ao evento, Orson Welles tornou-se celebridade, e o pânico gerado pela narração, foi capaz de evidenciar o alcance e a importância que o rádio possuía na propagação de notícias e manipulação das massas. Sobre os alcances desta transmissão ver: PIETRAROIA, Fábio Lacerda Soares. **Rádio, ficção e realidade: repensando a “Guerra dos Mundos” de Orson Welles**. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação), São Paulo: ECAUSP, 2004.

percepção sobre a rigorosa organização do Office of Inter-American Affairs, do papel que a opinião pública possuiu para a condução deste programa e do cuidado que se teve em eficazmente disseminar sua Política Externa sob uma “nova faceta”.

Entre as pesquisas realizadas pela AAS e que tivemos pessoalmente acesso, podem ser destacadas: “Opinion in the United States concerning Latin America”; “A survey of Communications in Brazil”; “Summary of opinion in Latin America”; “What people in the United States think and know about Latin America and Latin Americans” e “Some specific suggestions for Inter-American programs”. Em todas elas, algo chama a atenção: a preocupação em cobrir um amplo e diversificado campo de amostragens, que em um período onde tais pesquisas ainda eram novidade em sua utilização política, deixa claro que havia a consciência em seus formuladores, que, traçar “perfis” completos daqueles que seriam os grandes receptáculos deste discurso, não apenas ajudaria na formulação de seus projetos, mas minimizariam as pressões populares face às decisões do governo dos Estados Unidos. Verificamos que tal política, busca ser, verdadeiramente, menos polêmica para a sociedade, uma vez que, não faltavam atribuições negativas desferidas à gestão rooseveltiana, por adotar políticas mais “sociais”, para muitos, próximas do “comunismo”, implementadas durante o New Deal,¹⁵⁷.

Oriunda de uma forte tradição de leitura¹⁵⁸ e liberdade de expressão, a opinião dos estadunidenses fora avaliada, por longos anos, por meio de editoriais, entrevistas a líderes comunitários ou demais expressões situadas em

¹⁵⁷ A partir de 1935, com a instauração de um segundo momento no New Deal (programa de restauração da economia estadunidense após a crise de 1929), o governo Roosevelt recebeu intensas críticas, em especial por empresários de grandes corporações, que viam em sua postura, de enfoque em uma reconstrução não apenas baseada em interesses privados, uma mancomunação do executivo com ideologias socialistas internacionais. Sobre o New Deal e a articulação de Roosevelt com o capital privado, ver: MONTEIRO, Erica G Daniel. **Quando a Guerra é um negócio**: F. D Roosevelt, Iniciativa privada e relações interamericanas durante a II Guerra Mundial. Curitiba: Editora Prismas, 2014, p. 31-89.

¹⁵⁸ Devido às correntes protestantes cristãs, preponderantes no país, e a influência do Iluminismo na Constituição do país independente, a tradição da leitura sempre foi relevante, influenciando em um número expressivo de periódicos em circulação desde o período colonial estadunidense. O primeiro jornal tolerado pelo governo inglês surgiu em Boston, em 1704 (Boston New-letter), onde a atividade foi intensificada em todos os cantos da colônia, nos anos posteriores. Em cada um destes jornais a opinião dos mais distintos grupos estava, de certa forma, evidenciada. In: DAMIN, Cláudio Júnior. **Guerra e Opinião pública nos Estados Unidos**: O Caso da Guerra do Iraque em 2003. BJIR, Marília, v.3, n.3, p. 419-448, Set/Dez. 2014.

jornais e revistas, que sinalizavam seus posicionamentos, principalmente, políticos, mesmo que dispersos em um polissêmico caleidoscópio e pouco quantificável escopo de opiniões. As primeiras experimentações, que transformavam expressões populares em dados quantificáveis, ou seja, que as deduziram como ferramentas propícias para prever (ou medir) a recepção da população diante de um determinado fato, ganharam força no século XX, tornando este instrumento, que, inicialmente, advinha do marketing e estava voltado a medições do alcance de mercadorias, em um poderoso meio para o planejamento de ações políticas. Como salientou Friedand e Harris, “(...) pesquisas de opinião pública foram as ferramentas tecnológicas elaboradas para atingir os objetivos institucionais e incorporadas em ambientes institucionais¹⁵⁹” e permanecem até nossos dias refletindo as vozes desta opinião pública, com seu papel influente na manutenção ou legitimação de medidas políticas ou econômicas, instauradas por Estados democráticos, ou demais grupos de interesse¹⁶⁰.

O presidente Franklin Delano Roosevelt, viu nesta dimensionalização da “opinião pública”, uma poderosa ferramenta para direcionar diversos programas de seu governo, que ocorreu em um período longo e complexo da história de seu país. Desde a adoção do New Deal, passando pelos embates sobre o apoio ou não aos países conflitantes no cenário entre guerras, ou posteriormente, à entrada formal dos Estados Unidos na Segunda Guerra, este governo utilizou-se, como nenhum outro havia feito, da previsão estatística sobre a repercussão de seus passos políticos. Um dos exemplos, foi da instauração do Lend Lease, que ofereceu apoio por meio de “empréstimos e arrendamentos” para a Europa e América Latina, que somente ocorreu efetivamente após a sondagem realizada por Gallup e Elmo Roper¹⁶¹, por meio de uma pesquisa, a Fortune Survey, que

¹⁵⁹ Texto original: “(...) growth of polling in governance settings and demonstrates that public opinion polls were technological tools crafted to achieve institutional goals and incorporated into institutional setting). FRIEDAND, Amy; HARRIS, Douglas B. **Governing with the polls**. The Historian: Jun. 2010, Vol. 72, nº 2, p. 321-353 p. 322.

¹⁶⁰ PECEQUILLO, Cristina Soreanu. **Introdução às Relações Internacionais**: Temas, atores e visões. 9.ed. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2012, pp. 37-83.

¹⁶¹ Além de *Gallup e Cantril*, duas outras pessoas foram pioneiras na utilização de pesquisas de opinião pública nos Estados Unidos: *Archibald Crossley* e *Elmo Roper*, O primeiro desde 1918, mesmo sem experiência na área de pesquisa, iniciou trabalhos voltados a este segmento, fundando a *Crossley Inc*, que acabou se tornando líder de mercado para a mensuração do

foi tida como uma das primeiras, a nível nacional, baseada em amostragens científicas, datada no ano de 1935.

As *opinion polls*, que tiveram em Gallup e Cantril, alguns de seus grandes representantes, utilizaram questões objetivas, com respostas pré-formuladas para obter uma apuração pragmática das ideias que, geralmente estavam sendo compartilhadas entre as pessoas, nos mais distintos grupos da sociedade. Como passaram a orientar as decisões políticas, pois mostravam, com maior precisão, a aprovação ou desaprovação de determinados projetos ou situavam o cenário de intenções de votos, aos poucos tais pesquisas também se consolidaram como sinônimo de democracia, pois suas amostragens traziam os clamores das ruas aos gabinetes do executivo. Assim, ao corroborar com sua ideia de democracia, como afirma, Claudio Damin, os “(...) Estados Unidos tem como traço histórico e cultural a força da opinião pública como variável que influência nas decisões do governo¹⁶²”.

Podemos entender a opinião pública como:

“(...) todo fenômeno que, tendo origem em um processo de discussão coletiva e que se refira a um tema de relevância pública (ainda que não diga respeito à toda a sociedade), esteja sendo expresso publicamente, seja por sujeitos individuais em situações diversas, seja em manifestações coletivas¹⁶³”.

Entretanto, mesmo que parta de métodos que busquem uma imparcialidade na obtenção e análise das amostragens, precisamos levar em consideração que os ‘formuladores das perguntas’, além de trazerem consigo determinadas concepções de mundo, imprimem suas marcas, implícita ou, explicitamente, àquilo que pretendem conhecer. Também precisamos possuir a consciência sobre seus silêncios, uma vez que exigido de forma objetiva, a subjetividade da opinião, muitas vezes, fica fora do levantamento oficial ou se baseia somente naquilo que os maiores índices tendem a mostrar.

alcance do rádio no cotidiano de seus ouvintes. In: FRIEDLAND, Amy; HARRIS, Douglas B. **Governing with the polls**. The Historian: Jun. 2010, Vol. 72, nº 2, p. 321-353.

¹⁶² DAMIN, Cláudio Júnior. **Guerra e Opinião pública nos Estados Unidos: O Caso da Guerra do Iraque em 2003**. BJIR, Marília, v.3, n.3, p. 419-448, Set/Dez. 2014, p. 427.

¹⁶³ FIGUEIREDO, R.; CERVELLINI, S. **Contribuições para o conceito de opinião pública**. Opinião Pública, Campinas, vol. III, nº 3, Dezembro, 1995, p.178.

Entendemos que, além da grande importância histórica que as pesquisas da American Social Surveys nos traz, uma vez que podemos ter acesso a substanciais pontos de vista no contexto da “Política da Boa Vizinhança”, estes registros nos dizem muito sobre aqueles que as elaboraram, ou sobre os motivos pelos quais foram realizadas. Pierre Bourdieu¹⁶⁴ já nos alertava na década de 1970, que o interesse por determinadas questões e a subsequente recorrência a pesquisas deste tipo, abrangem questões políticas, pois busca-se nestas, o embasamento necessário para justificar e, posteriormente, implantar seus programas. Da mesma maneira, partindo do pressuposto que a opinião pública adquiria um expressivo papel dentro do governo Roosevelt, seus resultados nos auxiliarão na reflexão sobre sua também utilização para o norteameritamento da organização e execução dos projetos de auxílio continental, onde, por meio de categorias analíticas conhecidas no meio empresarial, vai se incorporando nos projetos políticos do governo estadunidense. Assim, tais consultas, como meio de mensurar as diversas e dispersas opiniões no corpo social, auxiliam-nos na compreensão do cenário encontrado pelos funcionários do OCIAA, no contexto da Segunda Guerra Mundial. Interessa-nos compreender, neste capítulo, de que maneira estava expressa a visão do brasileiro e estadunidense sobre o programa de “boa vizinhança”, buscando perceber, como o discurso de auxílio hemisférico será visto por ambos os povos, haja vista seu histórico de hostilidades e distanciamento cultural, a partir de pesquisas de opinião pública, produzidas pela American Social Surveys, entre os anos de 1940 a 1942.

Buscamos mostrar que esta política, fruto da coalisão de interesses estatais e privados, chega aos americanos em meio a um complexo e díspar contexto, resultando em uma receptividade compreendida de forma distinta para ambos os povos. Enquanto para os estadunidenses ela será aceita por supostamente estar assentada sob uma justificativa de “momentaneidade”, de medidas que possuem um objetivo pragmático: vencer a guerra; para os brasileiros, sua aceitação residirá a partir do seu caráter de “perenidade”, quando

¹⁶⁴ BOURDIEU, P., **A opinião pública não existe**, in: Thiollent, M., Crítica metodológica, investigação social e enquete operária. São Paulo: Polis, 1985, p.137- 153.

se vê, por meio desta “união hemisférica”, a possibilidade de manter, por um longo tempo, o auxílio estadunidense para o desenvolvimento do Brasil.

2.1 - Opiniões sobre as ‘outras’ Américas desconhecidas.

De uma lista com dezenove adjetivos que haviam sido apresentados para estadunidenses de diferentes crenças, regiões, níveis econômicos, idade e escolaridade, com vistas a escolherem uma melhor descrição para atribuir aos habitantes das Américas do Sul e Central, ideias bastante deturpadas, porém, compreensíveis¹⁶⁵ para aquele dezembro de 1940, foram relatadas para os pesquisadores que compunham a American Social Surveys, Inc. Entre as inúmeras possibilidades de escolha, que agregavam adjetivos como “criativo”, “amigável” ou mesmo “inteligente”, os latino-americanos foram retratados como majoritariamente de “pele escura”, “irritáveis”, “emocionais”, “retrógrados”, “religiosos” e “preguiçosos”, como demonstra o quadro abaixo:

¹⁶⁵ As maneiras como estadunidenses e latino-americanos se viam ou se imaginavam estão envoltas por estereótipos, muitas vezes depreciativas, desde o século XIX. Os povos que moravam abaixo do Rio Grande eram vistos como inferiores, selvagens e propensos aos delírios da carne. Ao mesmo tempo, já no fim do século XIX, os estadunidenses recebiam críticas, não apenas de latino-americanos, pela maneira como construíam sua sociedade, supostamente baseada no materialismo ou individualismo. Sobre estes estereótipos ver: JUNQUEIRA, M. A. **Ao sul do Rio Grande: imaginando a América Latina em seleções: oeste, wilderness e fronteira** (1942-1970). Bragança Paulista: EDUSF, 2000; KORNER, Axel; MILLER, Nicola; SMITH, Adam. **America imagined: Explaining the United States in Nineteenth-Century Europe and Latin America**. New York, Palgrave Macmillan, 2012; OLIVEIRA LIPPI, Lúcia. **Americanos: representações da identidade nacional no Brasil e nos EUA**. Belo Horizonte, Editora UFMG, 2000. SADLER, Darlene J. **Americans All: Good Neighbor Cultural Diplomacy in World War II**. Austin: University of Texas Press, 2012; JOHNSON, John. **Latin America in caricature**. 2ª ed. Austin, Texas: University of Texas Press, 1997, versão kindle.

ADJETIVOS QUE MELHOR DESCREVEM OS HABITANTES DA AMÉRICA CENTRAL E DO SUL.			
PELE ESCURA	77%	SUJO	27%
IRRITÁVEL	47%	SOBERBO	24%
EMOCIONAL	42%	CRIATIVO	21%
RETRÓGRADO	42%	INTELIGENTE	15%
RELIGIOSO	42%	SAGAZ	15%
PREGUIÇOSO	39%	HONESTO	13%
IGNORANTE	33%	CORAJOSO	12%
DESCONFIADO	30%	GENEROSO	12%
AMIGÁVEL	28%	PROGRESSISTA	11%
		EFICIENTE	5%

QUADRO 2¹⁶⁶ – Pesquisa de Opinião pública: “O que pessoas nos Estados Unidos imaginam ou conhecem sobre a América Latina e sobre os latino-americanos”. (18/01/1941)

Se em primeiro lugar, observarmos esta gama de adjetivos, perceberemos, à primeira vista, que em sua maioria, elas foram formadas por palavras aviltantes ou preconceituosas, quando observamos a partir de um ponto de vista estadunidense. Introduzidas dentro de seu universo cultural, em especial daquele que ainda vigorava na primeira do século XX, podemos verificar que uma associação a “Religiosos” ou de “Pele Escura” possuía conotações muito mais depreciativas do que, a princípio, podemos supor. Ser religioso não significava, necessariamente, professar uma fé, mas sim, professar o Cristianismo Católico, que, supostamente, tornaria seus adeptos propensos à

¹⁶⁶ Reprodução do item 2 (*Opinions concerning Latin America*), contida na pesquisa de 18 de janeiro de 1941 intitulada “*What people in the United States think and know about Latin America and Latin Americans*”. Segue na íntegra: “From this list, which words seem to you to describe best the people who live in Central and South America? (*Percentages indicate number of people who checked varios words*): Dark-skinned, 77%; Quick-tempered, 47%; Emotional, 42%; Backward, 42%; Religious, 42%; Lazy, 39%; Ignorant, 33%; Suspicious, 30%; Friendly, 28%; Dirty, 27%; Proud, 24%; Imaginative, 21%; Intelligent, 15%; Shrewd, 15%; Honest, 13%; Brave, 12%; Generous, 12%; Progressive, 11%; Efficient, 5%”. In: NACP, RG 229, box 137. “**What people in the United States think and know about Latin America and Latin Americans**”, 18/01/1941.

imoralidade e às idolatrias¹⁶⁷. O mesmo vale a ter “pele escura” que em um momento onde os discursos eugênicos estavam em voga, acabavam por acirrar a posição de inferioridade que o afrodescendente possuía em ambas as sociedades.

Em contrapartida, termos como “Progressista” seriam resultantes da engenhosidade dos estadunidenses, que dotados da liberdade de pensamento e racionalidade, supostamente, souberam utilizar os desafios impostos em sua História para seu próprio benefício. A *American Ingenuity* (criatividade ‘americana’) ainda no século XIX, teria auxiliado no crescimento econômico de seu país¹⁶⁸, não podendo ser estendida aos países localizados ao “sul do Rio Grande”. Historicamente, percebemos que nesta autoconstrução dos Estados Unidos como uma nação ‘predestinada’, dotada de civilidade e povoada por bravios e destemidos típicos americanos, as Américas Central e do Sul, foram inferiorizadas em um complexo e lento projeto de legitimação nacional onde recorreu-se à negação do “Outro” como estratégia para a afirmação do seu “Eu”.

A justificativa dá-se para a conotação que os termos Latin American e American receberam ao longo dos anos, onde foram constituídos em oposição semântica assimétrica¹⁶⁹ ao outro, uma diferenciação ainda vigente na

¹⁶⁷ Antes do termo América Latina ter se tornado a usual denominação da porção do continente americano herdeiro da colonização ibérica, o território conhecido como América Espanhola (*Spanish America*) já carregava uma série de estereótipos, que eram largamente conhecidos entre os ingleses desde o século XVI. Por competir com a Inglaterra na busca por colônias e por ter recebido grandes somas de dinheiro com suas colônias pelo mundo. Espanha e Portugal, bem como sua cultura foi alvo de severas críticas, em especial, vinda de inglesas. O Cristianismo em sua vertente Católica foi intensamente criticada, por ser associado a valores arcaicos e retrógrados. In: FERES JR, João. **A história do conceito de *latin America* nos Estados Unidos**. Bauru, SP: Edusc, 2005.

¹⁶⁸ FERGUSON, Eugene S. "On the Origin and Development of American Mechanical 'know-how'", *American Studies* 3.2, 1962: 3-16. In: <https://journals.ku.edu/index.php/amerstud/article/viewFile/2075/2034>. Acesso em: 05/01/2016.

¹⁶⁹ Reinhart Koselleck, um dos mais importantes pesquisadores da história dos conceitos do século XX e XXI, muito contribuiu para o debate teórico quando propôs a ideia de contra conceitos assimétricos. Tais contra conceitos ocorreriam em pares, onde, de um lado estaria um grupo político que buscava sua legitimidade e engrandecimento ao mesmo tempo em que o outro grupo seria a antítese do primeiro, carregando para si todo o carácter negativo, fragilidades e limitações. Para ele, a utilização de uma denominação para o ‘outro’, para aquele ou aquilo que não conhecemos em totalidade, é uma prática comum, percebidas em diversos momentos do nosso cotidiano. Porém, nem sempre ocorre o reconhecimento mútuo para tais adjetivos, denotando a um dos sujeitos, que por motivos diversos não compartilha da visão sobre ele criada, ou não se reconhece nesta denominação, inúmeros motivos de resistência a estas caracterizações exteriores. Estes conceitos, que nem sempre são reconhecidos pelos agentes por ele designados, uma vez que representam a ausência das características de um dos pares, refletem o ‘não-ser’ do outro, são chamados por Koselleck de conceitos assimétricos de oposição. Na história alguns destes conceitos puderam ser vistos pelos pares assimétricos:

contemporaneidade. Segundo o cientista político João Feres Jr, pode-se identificar três relações assimétricas ao termo *Latin America* vigente nos Estados Unidos na atualidade. O primeiro seria cultural, do latino americano como negação do ‘eu’ coletivo dos Estados Unidos. O segundo temporal, dos Estados Unidos como sinônimo de progresso e, a América Latina, como sinônimo de atraso, primitiva. E a terceira, racial, quando a latino América é definida por uma incompletude de características físicas ou raciais¹⁷⁰. Tais significações nos apontam a natureza dos embates que este continente viveu. Entender-se como oriundo de uma mesma essência, sempre esteve bastante distante do discurso que vigorava no século XIX e anos iniciais do século XX. Ao mesmo tempo, o reconhecimento da ‘modernidade’ ou do ‘progresso’ da ‘irmã’ do Norte, esteve muito longe de ser um consenso entre os latino-americanos, principalmente, após as inúmeras intervenções armadas do final do século XIX, na região caribenha¹⁷¹.

Ao observar, atentamente, a lista de adjetivos presentes na pesquisa do American Social Surveys, que revelava, à primeira vista, o desconhecimento da diversidade cultural do continente, igualmente ela nos sinaliza que os próprios produtores conheciam tais estereótipos e talvez, em diferentes intensidades, compartilhassem deles. Tais indagações podem ser inferidas pelas palavras utilizadas na pesquisa, quando oito delas (que compõem a primeira coluna do quadro abaixo) são facilmente associadas ao universo cultural estadunidense, dificultando sua atribuição a outras nações. Ao mesmo tempo, a pobreza, o atraso tecnológico, a extrema dependência por produtos estrangeiros, bem como as grandes taxas de analfabetismo e a péssima distribuição de renda, poderiam ser justificadas se a “preguiça”, a “ignorância”, a “sujeira”, a “irritabilidade”, a

Heleno/bárbaro ou Cristão/pagão, por exemplo, evidenciando nesta exposição a exaltação do primeiro em detrimento do segundo, da ausência face à completude, do retrógrado ao paradigma. *Reinhart Koselleck* apud: FERES JR, João. **A história do conceito de Latin America nos Estados Unidos**. Bauru, SP: Edusc, 2005.

¹⁷⁰ FERES JUNIOR, João. **Spanish America como o outro da América**. Lua Nova, São Paulo, n. 62, p. 69-91, 2004, p.2.

¹⁷¹ Alguns intelectuais se destacaram na América Latina por apresentarem suas divergências com a sociedade estadunidense ou suas práticas políticas nos anos finais do século XIX e início do século XX, ganhando destaque José Enrique Rodó, com a obra: *Ariel* (1900) onde criticou o utilitarismo e imperialismo estadunidense ou o brasileiro Eduardo Prado, que na obra “*Ilusão americana*” (livro confiscado pelo governo brasileiro), também teceu severas críticas à Política Externa a esta grande república do norte americana.

“religiosidade” idolátrica, ou mesmo, o excesso de “emoção”, de paixão, fossem as características preponderantes destes povos que ainda eram demasiadamente estranhos aos homens e mulheres dos EUA, na década de 1940.

ADJETIVOS POSITIVOS (segundo a cultura estadunidense)
Criativo
Inteligente
Sagaz
Honesto
Corajoso
Generoso
Progressista
Eficiente
ADJETIVOS NEGATIVOS (segundo a cultura estadunidense)
Pele escura
Irritável
Emocional
Retrógrado
Religioso
Preguiçoso
Ignorante
Desconfiado
Amigável
Sujo
Soberbo

QUADRO 3¹⁷²: Adjetivos positivos e negativos, segundo a cultura estadunidense na primeira metade do século XX.

Podemos, em um primeiro momento, associar tais estereótipos ou depreciações aos grupos de pessoas com menor escolaridade, por possuírem uma menor informação sobre o continente, e talvez, tenha sido este, o pensamento da equipe de Rockefeller. Entretanto, segundo as pesquisas, a atribuição destas características pejorativas, estava presente em todos os grupos pesquisados, mesmo que em alguns, os índices fossem mais baixos que

¹⁷² Quadro produzido pela autora, a partir da interpretação dos dados contidos na pesquisa: NACP, RG 229, box 137. “**What people in the United States think and know about Latin America and Latin Americans**”, 18/01/1941.

em outros. As pessoas que auto intitulavam “bem informadas” em relação aos seus “bons vizinhos”, por não serem capazes de fornecer-lhes adjetivos positivos, (uma vez que não os conheciam suficientemente), acabavam fomentando os já conhecidos estereótipos. Considerando que a identidade estadunidense havia sido respaldada nestes antagonismos temporais, culturais e raciais, e que quase nenhuma informação era transmitida nos colégios ou nos meios de comunicação, pensamentos depreciativos acabavam sendo generalizados.

É óbvio que um aumento da informação sobre os países da América Latina não produz caracterizações mais lisonjeiras das pessoas nesses países. Pelo contrário, muitos adjetivos que, em nossa cultura, são definitivamente depreciativos e desfavoráveis, são usados muito mais frequentemente pelos “bem informados” do que pelos “desinformados”, enquanto pessoas “bem informadas” acham menos do que os “desinformados” que os adjetivos “valente” e “eficiente” são descritivos dos latino-americanos¹⁷³.

Nesta mesma pesquisa, “O que as pessoas nos Estados Unidos imaginam ou conhecem sobre a América Latina e sobre os latino-americanos”, transparece as concepções de “vazio populacional¹⁷⁴”, de uma região que possuiria baixíssima densidade demográfica, sem grandes aglomerações urbanas e imbricada em um mundo “selvagem, virgem e retrógrado”. Daqueles que haviam sido entrevistados, 30% acreditavam que a população desta porção do continente não seria superior a 99 milhões de habitantes, contrastando com os dados da época, que contabilizavam de 100 a 139 milhões de pessoas nesta região. Com exceção de Buenos Aires e Rio de Janeiro, quase nenhuma outra cidade parecia ser moderna e progressista como Chicago, grande cidade de

¹⁷³ Texto original: “*It is very obvious that an increase in information about the countries of Latin America does not produce more flattering characterizations of the people in these countries. On the contrary, many adjectives which, in our culture, are definitely derogatory and unfavorable, are used much more frequently by well-informed than by uninformed persons, while well informed persons believe less than the uninformed that the adjectives “brave” and “efficient” are descriptive of Latin Americans*”. In: NACP, RG 229, box 137. “**What people in the United States think and know about Latin America and Latin Americans**”, 18/01/1941.

¹⁷⁴ O *wilderness*, segundo a concepção de Mary Anne Junqueira, no imaginário estadunidense refere-se ao território ainda incólume, que não foi desbravado. Tal visão abrangia não apenas o Oeste distante de sua nação, mas foi ampliado para o território latino-americano, quando se lutou contra o nazifascismo. In: JUNQUEIRA, Mary Anne. **Ao sul do Rio Grande**. Imaginando a América Latina em Seleções: oeste, wilderness e fronteira (1942-1970). Bragança Paulista, SP: EDUSF, 2000, p. 70-71.

Illinois. Ao mesmo tempo, havia uma boa vontade em conhecer tais locais, como demonstraram os entrevistados, que quando confrontados com a pergunta: “Você preferiria conhecer o Havaí ou a América Central e do Sul?”, 47% responderam: o Havaí e 42% optaram pela América do Sul e Central.

Assim, mesmo apontando esta suposta “baixa” densidade demográfica, ou o pouco progressismo de seu povo, as opiniões acabavam refletindo um certo entusiasmo com a Guerra e com os frutos que ela levaria para a região. Embora em janeiro de 1941, o programa de *Lend Lease* não existisse e seus benefícios não fossem conhecidos, o pensamento sobre o possível desenvolvimento da América Latina, apenas por sua abundante riqueza natural, relata uma ingenuidade ou pouco conhecimento dos “norte-americanos” sobre os problemas reais do continente, como seu atraso tecnológico e econômico, ou pouco indústria de base, que impossibilitava, por hora, um crescimento vertiginoso e repentino, desta porção do continente. Tal pensamento pode ser observado em um dos itens que propunha a escolha de uma, entre três sentenças: A primeira apontou as Américas do Sul e Central como pouco ricas em recursos naturais, terras para cultivo, ouro, água, entre outros produtos, fator este que suscitaria o seu contínuo atraso e pobreza. Esta alternativa foi assinalada por apenas 8% dos entrevistados. A possibilidade em se tornar forte devido aos seus recursos naturais, foi escolhida por um número maior de pessoas, 33% do total. Entretanto, 48% dos grupos entrevistados, sugeriram que por possuir muitos recursos naturais, as Américas Central e do Sul, provavelmente, tornar-se-iam ricas e poderosas em um futuro próximo.

As pesquisas realizadas pela equipe de Gallup e Cantril, possibilitaram análises bastante amplas, ao mesmo tempo em que as amostragens por níveis sociais, regionais, religiosos, de escolaridade ou médias nacionais, contribuíam para um mapeamento abrangente sobre as disparidades de opiniões existentes entre grupos. Desta forma, foi possível aos articuladores do programa de “Boa Vizinhança”, realizar o cruzamento destes dados e perceber algumas aproximações interessantes:

- a) As mesmas pessoas que acreditavam que a América Latina era rica em recursos naturais, também concordavam com o programa recentemente instaurado pelos EUA de aproximação com a região e que requereria grandes esforços ao custear os programas de

empréstimos, encarecendo ainda mais seus impostos. Tal aceitação residia no fato de que para estas pessoas, a ameaça da Alemanha era iminente ao continente americano, logo, para os Estados Unidos¹⁷⁵.

- b) A menor disposição em ajudar a América Latina ou o restrito apoio aos programas que impediam o aumento de sua pobreza e de sua dependência de produtos durante a 2GM, vinha dos residentes do centro-oeste do país, em especial, de Wisconsin, Minnesota, Iowa, Missouri, Dakota do Norte e do Sul, Nebraska e Kansas. Concomitante a esta despreocupação, sobressaía a baixa inquietude sobre uma possível ameaça nazista aos Estados Unidos¹⁷⁶.
- c) Entre os agricultores, as diferenças entre ajudar ou não os latino-americanos não eram discrepantes. Porém, as disparidades ocorriam quando o assunto em pauta salientava a possibilidade de trazer produtos latino-americanos ao país, o que acarretaria em uma concorrência com os produtos nacionais. Neste caso, eram os agricultores que se opunham em maior número à compra destes produtos estrangeiros¹⁷⁷.
- d) Nos grupos classificados em relação à crença religiosa, constatou-se que os protestantes, judeus ou ateus estavam mais propensos a oferecer ajuda à Europa ou mesmo a oferecer ajuda militar em caso de necessidade, se comparados aos Católicos. No entanto, estes mesmos católicos apoiavam as incursões de “boa vizinhança” pela América Latina, como forma de evitar que as nações do Eixo, impedissem suas manifestações religiosas. Segundo os pesquisadores, em suas análises, tais dados deixavam transparecer que a maior disposição deste grupo, estava em defender o Catolicismo do que a Democracia, que era defendida no front de guerra europeu.

¹⁷⁵ NACP, RG 229, box 137. “What people in the United States think and know about Latin America and Latin Americans”, 18/01/1941, parte III.

¹⁷⁶ Idem, parte V.

¹⁷⁷ Ibidem, parte VI.

Um dos fatores que mais chama a atenção nas pesquisas, foi a conexão que se estabeleceu após a análise dos dados, entre nível de escolaridade, informação e apoio ao programa que estreitaria as relações entre EUA e América Latina. Os grupos acima descritos, representavam opiniões oriundas do Oeste do país, de grupos religiosos e de produtores rurais, o que demonstra que entre os setores mais tradicionais, o programa idealizado ainda não fazia sentido ou não se justificava efetivamente. Ao mesmo tempo, ao analisar este apoio por níveis de escolaridade, as pessoas que teriam passado mais tempo nos bancos escolares, em geral, descreviam os governos latino-americanos como mais democráticos do que ditatoriais e que para auxiliar em seu crescimento, as portas de seu país deveriam estar abertas para seus produtos, inclusive, para sua carne bovina, que mesmo gerando uma concorrência com os produtos locais, estimularia o mercado exportador de seus “vizinhos”, gerando renda e desenvolvimento para seus habitantes¹⁷⁸.

Quando buscou-se elencar as prioridades da política estadunidense em tempos de guerra, aqueles que apoiavam a ausência de seus soldados do front, ou seja, que seguiam uma visão isolacionista da política externa, ou se opunham em ajudar militarmente a Inglaterra, haviam cursado, em maior número, apenas a Elementary School. Este mesmo grupo, opinou menos nesta questão, se comparados àqueles que haviam cursado o High School ou o College. Uma menor escolarização também demonstrava uma menor disposição em pagar taxas de impostos mais altas para auxiliar no programa de “Boa Vizinhança”.

¹⁷⁸ NACP, RG 229, box 137. “What people in the United States think and know about Latin America and Latin Americans”, 18/01/1941, parte IV.

Questão 1: O que é mais importante?		Ensino superior	Ensino Médio	Ensino Fundamental
AJUDAR A INGLATERRA		67	62	50
NÃO ENTRAR NA GUERRA.		30	35	46
NÃO OPINARAM		3	3	4
	TOTAL	100	100	100

Questão 2: Você pagaria mais taxas para melhorar as relações com a América Latina?		Ensino superior	Ensino Médio	Ensino Fundamental
SIM		71	60	55
NÃO		27	35	34
NÃO OPINARAM		2	5	11
	TOTAL	100	100	100

QUADRO 4: RELAÇÃO ENTRE EDUCAÇÃO E OPINIÃO¹⁷⁹:

Na tabela a seguir, podemos aproximar a educação formal com a quantidade das informações que os entrevistados possuíam em relação à América Latina. As pessoas que se consideravam desinformadas, estavam em maior número entre aqueles que possuíam menor escolaridade. Os diplomados no Ensino Superior eram os que possuíam mais informações sobre os latino-americanos. Mais uma vez, associa-se o nível de instrução ao contato com informações obtidas pela leitura de jornais, revistas ou livros. Reportagens esporádicas em revistas de grande circulação, como a Life, Time ou mesmo o Saturday Evening Post, preenchiam esta lacuna de informação, mesmo que em muitos casos, a vida dos residentes das “outras” Américas, fosse narrada de forma generalizada e assentada sobre estereótipos.

¹⁷⁹ Reproduzida do original. In: NACP, RG 229, box 137. “**What people in the United States think and know about Latin America and Latin Americans**”, 18/01/1941, parte 9.

Relação entre educação formal e informações sobre América Latina				
Nível de escolaridade	Bem informados	Pouco informados	Desinformados	
Ensino Superior	34	64	2	100%
Ensino Médio	17	74	9	100%
Ensino Fundamental	6	61	33	100%

QUADRO 5: Relação entre educação formal e informações sobre América Latina¹⁸⁰

Esta maior escolaridade, como fica claro nesta pesquisa de 1940/1941, ainda revela que os grupos com alto índice de conhecimento formal, tendiam a apoiar, com maior ênfase, os programas oficiais de seu governo. As informações que possuíam, no entanto, não estimulavam a diminuição de seus preconceitos, uma vez que, como matérias esporádicas em jornais ou revistas, também disseminavam visões estereotipadas, sem muito conhecimento de seus próprios redatores, muito pouco poderiam estimular visões contrárias em seus leitores. Não existe contradição, desta maneira, quando este mesmo grupo, “informado e escolarizado”, apoiava a incursão de seu país de forma irrestrita na América Latina, mesmo pressupondo um aumento em seus impostos: a política com a América Latina era tida, como podemos supor, mais como uma estratégia de “autodefesa”, do que, propriamente, com a “sublime missão” de estimular no desenvolvimento a longo prazo de “seus vizinhos”. Embora esta ideia fosse largamente veiculada na propaganda oficial do OCIAA, e muitos artistas tenham se empenhado nesta busca por um mundo melhor, como afirmou Darlene Sadlier, existia uma consciência em determinadas parcelas da população (com maior escolaridade e informação) que viam nestas novas atitudes de sua “política externa” um meio para assegurar sua “própria segurança e estabilidade no continente”.

Enquanto as tropas alemãs e soviéticas lutavam pela posse de Stalingrado (batalha que chegaria a mudar os rumos da guerra a favor dos Aliados no final de 1942), uma intensa propaganda antinazista foi criada para

¹⁸⁰ Reproduzida do original. In; NACP, RG 229, box 137. “**What people in the United States think and know about Latin America and Latin Americans**”, 18/01/1941, table 6.

fomentar uma aversão ao “inimigo” e justificar a “legítima” luta dos Estados Unidos após o ataque japonês a Pearl Harbor. Encomendada por Nelson Rockefeller e Walter Laves, oficialmente registrada em 05 de agosto de 1942, a “Opinion in the United States concerning Latin America¹⁸¹” (Opinião nos Estados Unidos sobre a América Latina), nos oferece um amplo panorama da opinião pública diante deste contexto de articulação com os países latino-americanos. Foram realizadas averiguações em diferentes grupos, que abrangeram as opiniões de cidadãos residentes em zonas urbanas ou rurais e líderes comunitários. A outra amostragem foi realizada em Toledo/Ohio, que havia sediado, em meados de 1941, uma “Semana Interamericana”, onde os problemas desta região foram expostos. Tais dados seriam importantes, pois após uma semana de ampla disseminação de informações referentes a América Latina, esperava-se mensurar o despertar, ou não, da opinião pública a este respeito.

Os participantes foram classificados segundo algumas perspectivas: sob seu ponto de vista político, que os separava em democratas e republicanos; seus aspectos econômicos e nível de escolaridade, dividindo-os entre portadores do certificado de Ensino Superior, Ensino Médio ou Ensino Fundamental. Também foram classificados por regiões; grau de interesse no assunto e por seu nível de informação referente ao programa de ajuda à América Latina e ao engajamento dos EUA na guerra na Europa.

Alguns pontos, de modo geral, merecem atenção se nos reportarmos às médias nacionais:

- a) Neste momento (meados de 1942), os estadunidenses que queriam seu Exército lutando contra o inimigo ultrapassava os 60% e, metade deles, afirmavam acreditar que seu país estava fazendo tudo para que a paz estivesse garantida.
- b) A Alemanha era vista como a grande inimiga dos Estados Unidos e era a que detinha um maior potencial para destruir seu futuro se comparada ao Japão. Sentiam que o grande ‘inimigo’ não era o povo

¹⁸¹ NACP, RG 229, Box 137, 2. Hadley Cantril and Frederic Swift. “**Opinion in the United States Concerning Latin America**” Fourth Report Confidential for Nelson A. Rockefeller and Walter Laves. American Social Surveys, Inc. Hadley Cantril, Director of Research, Princeton, New Jersey. August 5, 1942. Prepared by Frederick W. Williams.

alemão, mas sim, seu governo. Em relação ao Japão, esta percepção também se estendia mais a Hiroshito e membros do governo, do que aos japoneses em geral.

- c) A maioria das pessoas acreditava estar contribuindo, de alguma maneira, com o esforço de guerra. A compra de “stamps e bonds” era o item que mais foi apontado pelos entrevistados como seu grande auxílio ao esforço de guerra.
- d) Dois terços dos entrevistados responderam que o melhor caminho a ser seguido pelos Estados Unidos seria se engajarem ativamente no cenário internacional, ao invés de voltarem-se, unicamente, para seu país em um pós-guerra. Quem não apontava esta alternativa, geralmente, fazia parte da categoria que também se intitulava como pouco informada sobre os problemas que afligiam seu tempo.

Uma das constatações interessantes a serem frisadas, foi sobre os frutos colhidos com promoção da “semana interamericana”, como “projeto piloto” no Estado de Ohio, que acabou sendo uma verdadeira frustração para Rockefeller e seus auxiliares. As margens de desconhecimento sobre o programa de “boa vizinhança” ou dos problemas “reais” que afligiam a América Latina, praticamente não diferiram entre os moradores de Toledo/Ohio dos outros grupos entrevistados. A mensagem parecia chegar apenas àqueles que já se diziam informados ou que pertenciam às classes mais ricas ou instruídas da sociedade, como os clubes de mulheres, que trariam requisitos, ou mostravam-se mais pré-dispostos a uma maior aceitação destes programas interamericanos. Concluía-se que, em pensamentos já cristalizados das classes mais abastadas, pouco poderia ser feito para uma guinada a favor de relações mais intensas com a América Latina. Os setores mais pobres e menos escolarizados requereriam, assim, uma atenção especial, justificando o programa educacional promovido para o Ensino Básico do país, como abordado anteriormente.

Aqui está, então, mais uma confirmação de que o programa instituído para estimular o interesse e a consciência sobre os problemas da América do Sul encontra, principalmente, uma recepção entusiasmada

de clubes de mulheres com renda superior. Buscando o aumento do nível de informação poucas pessoas bem informadas não mostraram mudar significativamente suas opiniões de qualquer seção transversal de uma comunidade. É evidente que os programas até agora empreendidos não alcançam a maioria das pessoas e certamente não chegam aos mais pobres, ignorantes ou incultos.¹⁸²

O cenário em que Frederick Williams, que havia preparado a pesquisa (agosto de 1924), trouxe tais dados para Nelson Rockefeller, a ideia de que Hitler e o nazismo, ao mesmo tempo em que o Japão, com Hihoshito, seriam a grande ameaça aos Estados Unidos, estava muito forte na imprensa, refletindo os programas realizados no sentido de desmoralizá-los perante sua sociedade. Principalmente após o ataque a Pearl Harbor, foi difundida largamente a ideia de que os países componentes do Eixo eram a antítese “americana” e que tais modelos de sociedade, deveriam ser combatidos até o fim, a partir de uma monumental contraofensiva militar. A propaganda, como forma de levar uma mensagem pretendida a um grupo selecionado, com vistas à veiculação de uma ideia, neste caso, a da “maleficação” destas nações, transformando-os em inimigos, a partir de um processo imagético e discursivo, e veiculado a partir das diversas vias em que a informação, pode percorrer. Desde a fundação do Office of Government Reports, em 1939; do Division of Information of the Office of Emergency Management, de março de 1941; Office of Civilian Defense, em maio de 1941; Office of Coordinator of Information de julho de 1941; do Foreign Information Service, de agosto de 1941 e do Office of Facts and Figures, de 1941¹⁸³, que Roosevelt e seu governo já davam provas deste interesse por uma propaganda de linguagem unificada ou em sintonia com seus projetos para o

¹⁸² Trecho original: “Here is, then, further confirmation that the program instituted to stimulate interest in and awareness of South American problems finds an enthusiastic audience chiefly among upper income clubwomen. Giving attention to raising the information level of those few people who are already well-informed has not yet been shown to change materially the opinions of any cross-section of a community. It is evident that the programs as carried out so far do not reach down to the majority of people and certainly not to the poor, the ignorant or the uneducated”. In: NACP, RG 229, Box 137, 2. Hadley Cantril and Frederic Swift. **“Opinion in the United States Concerning Latin America”** Fourth Report Confidential for Nelson A. Rockefeller and Walter Laves. American Social Surveys, Inc. Hadley Cantril, Director of Research, Princeton, New Jersey. August 5, 1942. Prepared by Frederick W. Williams.

¹⁸³ WINKLER, 1978, p.21-34, apud, RODRIGUES, Pauline Bitzer. **Propaganda de guerra e publicidade:** expectativas para a (re) conversão socioeconômica estadunidense no fim da Segunda Guerra Mundial (1944- 1945). Dissertação (Mestrado em História Social) □ Universidade Estadual de Londrina, Centro de Letras e Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação em História Social, 2015.

país. Com a entrada oficial no conflito, em dezembro de 1941, estas agências preliminares passam a incorporar um projeto maior, que ficou conhecido como Office of War Information, que segundo Rodrigues, exercia:

(...) o papel de agência central sobre o fluxo informativo de guerra interna e externamente, o Escritório teria como funções prover informações confiáveis ao público interno e aos estadunidenses fora do país, desenvolver campanhas públicas pertinentes ao esforço de guerra, e finalmente gerir informações inclinadas ao propósito propagandístico¹⁸⁴.

Na percepção dos entrevistados, as “outras” Américas aparecem como grandes territórios vulneráveis a estas potências “inimigas”, que por ampla divulgação da mídia, colocavam em risco sua sociedade. Por meio de perguntas como: “Você acredita que há alguma possibilidade de a América do Sul ser invadida?” ou “Você já pensou nos efeitos que uma invasão à América do Sul pode ter neste país?”, ou ainda, “Você acredita que exista algum perigo dos Nazistas causarem uma revolução em algum país da América do Sul?”, tais respostas podem nos indicar uma série de preocupações sobre as possíveis alianças entre as repúblicas latino-americanas com a política nazifascista, e como esta possibilidade deixava os estadunidenses notoriamente em estado de alerta. Os efeitos de uma invasão nazista à América do Sul eram citados como nocivos aos EUA porque supostamente ela traria, segundo os grupos consultados, desvantagens militares, perdas econômicas e perda da moral perante o “inimigo”. Dessa forma, estabelecer acordos eficientes com esta região parecia mais uma “questão estratégica” do que uma política, como era largamente propagada, de “solidariedade hemisférica”. Tal solidariedade hemisférica, parecia ser compreendida como “solidariedade aos estadunidenses”. Fato este que pode se confirmar quando, pela análise realizada pelos próprios pesquisadores da ASS, constata-se que o apoio dado às interações América Latina – Estados Unidos somente ocorre quando:

¹⁸⁴ RODRIGUES, Pauline Bitzer. **Propaganda de guerra e publicidade**: expectativas para a (re) conversão socioeconômica estadunidense no fim da Segunda Guerra Mundial (1944- 1945). Dissertação (Mestrado em História Social) □ Universidade Estadual de Londrina, Centro de Letras e Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação em História Social, 2015.

(...) quando a cooperação interamericana é apresentada aos estadunidenses como uma fase da estrutura internacional de nosso esforço de guerra mais pessoas veem os países Sul Americanos como aliados ou potencialmente aliados do que quando a América do Sul é considerada como um interesse particular dos Estados Unidos ¹⁸⁵. (Grifo original)

Se neste espaço habitavam pessoas “ignorantes”, “fanáticas”, “sujas”, “atrasadas”, “preguiçosas”, ou seja, “inferiores culturalmente”, um programa de estreitamento de relações e auxílio financeiro poderia despertar críticas sobre sua real importância ou mesmo sua provável eficácia, salvo um momento tão delicado para o mundo e tão crucial para os Estados Unidos. E esta foi a maneira pelo qual tais programas de boa vizinhança foram justificados. Havia uma grande inquietação por trazer o maior número de informações sobre o continente, para que este projeto fosse justificado para a população e, posteriormente, ser maciçamente apoiado:

Podemos esperar, portanto, que os problemas da América do Sul sejam considerados de forma diferente por pessoas que estão alinhadas em grupos de acordo com seu nível educacional e informações sobre assuntos mundiais. Os desinformados e ignorantes que pensam na América do Sul como uma terra de siestas e tangos e clima tropical vão encontrar pouco ou nada lá para segurar o seu interesse ou atenção. Mas o número dessas pessoas que não têm conhecimento sobre os complicados problemas apresentados na imagem da América do Sul são em si um dado importante para os formuladores de políticas considerarem. As opiniões dessas pessoas, também terão séria consideração, uma vez que tomaram posições peculiares ao seu grupo¹⁸⁶. (grifo nosso)

¹⁸⁵ Texto original: “When inter-american cooperation is presented to the American public as one phase in the international structure of our war effort more people think of South American countries as allies or potential allies than when South America is considered as a particular interest of the United States”. In: NACP, RG 229, Box 137, 2. Hadley Cantril and Frederic Swift. “Opinion in the United States Concerning Latin America” Fourth Report Confidential for Nelson A. Rockefeller and Walter Laves. American Social Surveys, Inc. Hadley Cantril, Director of Research, Princeton, New Jersey. August 5, 1942. Prepared by Frederick W. Williams, p. 3.

¹⁸⁶ Texto original: “We can expected, therefore, that South America problems will be regarded differently by people who are aligned into groups according to their educational level and information about world affairs. The uninformed and uneducated who think of South America as a land of siestas and tangos and tropical weather will find little or nothing there to hold their interest or attention. But the number of these people who are unaware of the complication problems presented in the South America picture is in itself an important datum for policymakers to consider. The opinions of these people, too, will bear serious consideration since they took positions peculiar to their group”. In: NACP, RG 229, Box 137, 2. Hadley Cantril and Frederic Swift. “**Opinion in the United States Concerning Latin America**” Fourth Report Confidential for Nelson A. Rockefeller and Walter Laves. American Social Surveys, Inc. Hadley Cantril, Director of Research, Princeton, New Jersey. August 5, 1942. Prepared by Frederick W. Williams, p.2.

Esperava-se, diferentes opiniões, baseadas nos grupos aos quais cada pessoa pertencia. Deste modo, aqueles cujos interesses, informações e escolaridades eram mais elevados, seu apoio tenderia a ser maior em relação ao apoio a esta “diplomacia cultural”. Dos que nutriam estereótipos, fruto do desinteresse e do contato expressivo com informações deturpadas, pouca disposição teriam em contribuir com os programas oriundos de Washington. Este fator não deveria ser desconsiderado pois sugeria que muito havia de ser feito para trazer ou conduzir a opinião pública estadunidense a um mesmo objetivo: a cooptação às políticas de estreitamento com a América Latina. Neste sentido, um ponto da pesquisa chama a atenção. Ainda neste período (agosto de 1942), poucos conheciam o que as agências públicas e privadas dos Estados Unidos estavam realizando em solo latino-americano. Em média geral, 43% dos entrevistados afirmaram que não conheciam nenhum programa estabelecido nos últimos anos. Nem mesmo a amostragem de Toledo, Ohio, no qual havia acontecido a “Semana Interamericana”, mostrava-se conhecedora destas atividades (39% assinalaram a opção não conheço)¹⁸⁷.

Os grupos que se diziam mais informados, revelavam seu maior conhecimento sobre os programas culturais que englobavam as programações de rádios e intercâmbio de estudantes, professores, jornalistas e artistas que passavam a ocorrer com bastante frequência no outro lado do continente. Também sinalizavam uma maior interação com os empréstimos que fomentavam novas indústrias, bem como do desenvolvimento de estradas de rodagem, que captariam, com melhor agilidade e estrutura, os abundantes recursos naturais. Mostravam-se também bem informados sobre o importante programa do Lend Lease¹⁸⁸ (empréstimo e arrendamento) que os Estados Unidos estavam promovendo, com vistas a impedir o Comércio de

¹⁸⁷ NACP, RG 229, Box 137, 2. Hadley Cantril and Frederic Swift. “**Opinion in the United States Concerning Latin America**” Fourth Report Confidential for Nelson A. Rockefeller and Walter Laves. American Social Surveys, Inc. Hadley Cantril, Director of Research, Princeton, New Jersey. August 5, 1942. Prepared by Frederick W. Williams, p. 21.

¹⁸⁸ O *Lend Lease*, foi um programa estabelecido pelos Estados Unidos, a partir de março de 1941, onde passava a fornecer armas ou empréstimos com vistas ao combate à guerra que ocorria na Europa. O Brasil recebeu auxílio financeiro, por meio de empréstimos, em troca de autorização para a construção de bases militares na região nordeste do país. O país de Vargas recebeu quase 70% do programa que estava voltado para a América Latina. Os empréstimos vieram da *Export-Import Bank* para a construção da siderúrgica de Volta Redonda. In: BETHELL, Leslie; ROXBUROUGH, Ian. **América Latina entre a Segunda Guerra Mundial e a Guerra Fria**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997, p.66.

Compensação (comércio de compensação de mercadorias, face ao pouco poder de compra das moedas latino-americanas, que não cobria suas próprias importações) que a Alemanha mantinha com países como o Brasil¹⁸⁹. A agência estudada nesta tese, o Office of the Coordinator of Inter-American Affairs, que articulou e realizou todo o programa de “Boa Vizinhança” nas Américas, solicitante destas pesquisas aqui analisadas, mostrou-se muito pouco conhecida nos Estados Unidos ainda em seus primeiros anos de existência. Pela média nacional, somente 2% da população a conhecia, aumentando levemente este índice quando o grupo de bem informados respondiam, que figuravam 8% do grupo¹⁹⁰.

O reconhecimento das diferentes ajudas empreendidas pelos países latino-americanos aos Estados Unidos, aumentava conforme a quantidade de esclarecimento dos entrevistados. Mais uma vez, aqueles que se mostravam inteirados por notícias veiculadas, parte das vezes, admitiam que muito estava sendo feito por seus “vizinhos”, para o esforço de guerra de seu país. Assim, por ordem de reconhecimento, os ditos bem informados relatavam seu conhecimento às seguintes ajudas latino-americanas, levando em consideração que mais de uma resposta poderia ser assinalada:

BEM INFORMADOS	
Reprimindo atividades nazistas; Produzindo “Listas Negras”; bloqueando fundos; prendendo aliados do Eixo; declarando guerra e rompendo relações com o Eixo.	40%
Enviando-nos o auxílio que necessitamos; investindo em nossa Indústria de Guerra.	33%
Permitindo a construção de bases militares em seu território.	18%
Tornando nossos aliados; dissolvendo nossas diferenças	17%
Não souberam informar a ajuda	16%
Patrulhas antissubmarino; defesa do litoral.	16%
Suporte moral	9%
Portos livres para Marinha estadunidense	6%

QUADRO 6¹⁹¹: Auxílio dos latino-americanos para os Estados Unidos.

¹⁸⁹ NACP, RG 229, Box 137, 2. Hadley Cantril and Frederic Swift. “Opinion in the United States Concerning Latin America” Fourth Report Confidential for Nelson A. Rockefeller and Walter Laves. American Social Surveys, Inc. Hadley Cantril, Director of Research, Princeton, New Jersey. August 5, 1942. Prepared by Frederick W. Williams, p. 21.

¹⁹⁰ Idem.

¹⁹¹ Produzido pela autora com base nos dados do anexo 7. In: NACP, RG 229, Box 137, 2. Hadley Cantril and Frederic Swift. “**Opinion in the United States Concerning Latin America**” Fourth Report Confidential for Nelson A. Rockefeller and Walter Laves. American Social Surveys, Inc.

As respostas que foram mais apontadas, eram aquelas relativas a uma ajuda dos latino-americanos que, em nenhum momento assinalava, uma parceria baseada na equidade de forças. Ao contrário. Sua ajuda é frisada como um auxílio aos programas orquestrados e aplicados pelos Estados Unidos, cujo poder militar seria capaz de articular as demais nações do continente a uma eficaz “luta pela democracia”. Ao produzir “Listas Negras”, bloquear fundos ou mesmo prender aliados do Eixo, retrata-se esta disparidade entre as formas como cada nação se integrava no conflito. No que tange à opinião pública do estadunidense, a relação estabelecida entre informação, escolaridade e apoio à América Latina, como já levantado na pesquisa de 1941, permanecia em agosto de 1942, corroborando com os implementadores da “Política de Boa Vizinhança” que o foco de seus programas deveria estar voltado à disseminação do maior número possível de informações sobre as “outras” Repúblicas Americanas. Assim, não apenas os fronts latino-americanos foram mobilizados, mas também o estadunidense, que recebeu por meio de uma vasta gama de materiais (revistas, programas de rádio, curtas metragens, filmes, panfletos, folders, fotografias, entre outros) a “Política da Boa Vizinhança”, para que o desconhecimento do ‘outro’ não se colocasse como um entrave à realização dos programas que estavam sendo organizados pelo “Escritório de Relações Interamericanas” durante a Segunda Guerra Mundial e não prejudicassem a imagem de seu presidente, Franklin Roosevelt.

2.2 – A opinião pública no Brasil.

As pesquisas de opinião pública encomendadas a grupos brasileiros, ainda eram novidade na década de 1940. O IBOPE (Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística), primeira empresa de pesquisa do país, foi fundada em 1942 por Auricélio Penteado, antigo sócio da rádio Kosmos de São Paulo. Penteado, enquanto atuava na área da radiodifusão, procurou descobrir o alcance de sua programação, mas como não haviam maneiras adequadas para

Hadley Cantril, Director of Research, Princeton, New Jersey. August 5, 1942. Prepared by Frederick W. Williams, p. 21.

esta mensuração, buscou nos Estados Unidos e nos conhecimentos do famoso George Gallup, métodos mais eficientes para promover este tipo de medição. Sua atuação neste campo, ainda inexplorado, no entanto, só ocorreu de forma plena, após a ditadura do Estado Novo, em 1945, uma vez que o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), que buscou relegar ao ostracismo a opinião pública do brasileiro, sai de cena¹⁹².

A pesquisa que abordaremos neste tópico, foi a primeira produzida pelos Estados Unidos e que teve o Brasil e os brasileiros como principal foco. A “A survey of communications in Brazil”, é uma das únicas amostras sobre as preferências deste público em relação aos meios de comunicação e de sua abrangência durante o Estado Novo. Seus resultados foram requeridos pelos articuladores do OCIAA, que esperavam obter, com os índices de suas amostragens, dados importantes para uma atuação mais eficaz, não somente no país de Vargas, mas em toda a América Latina. Conhecer os hábitos de leitura e o grau de confiabilidade destes povos, seria um importante “ponto de partida” para a implementação plena da “boa vizinhança”.

Foi Cantril quem recebeu uma tarefa importante de Nelson Rockefeller, a ser executada a partir de setembro de 1940: organizar toda uma estrutura de pessoal para que pesquisas de opinião pública pudessem ser realizadas na América Latina. Dois pesquisadores foram cruciais para auxiliá-lo nesta empreitada: o pesquisador de psicologia social, Leonard Doob e Lloyd A. Free¹⁹³, conhecido internacionalmente por sua experiência neste campo. Coube a Free a responsabilidade de montar um escritório em São Paulo, e trabalhar junto com uma equipe, entre os meses de fevereiro e maio de 1941, colhendo dados referentes ao alcance do rádio, jornais e revistas nos mais distintos grupos de brasileiros. Ao todo, 2342 pessoas, de diferentes regiões, idades e níveis econômicos foram entrevistadas.

¹⁹² Sobre a criação do Ibope e as formas de mensuração da abrangência do rádio ver: SILVA, H. R. As pesquisas de opinião pública e a imprensa: reflexões sobre a construção dos hábitos de consumo na sociedade brasileira (1942-1953). Transversal (São Paulo), v. 1, p. 1-11, 2015, p.3; SOUZA, Marquillandes Borges. **Rádio e propaganda política** – Brasil e México sob a mira norte-americana durante e Segunda Guerra. São Paulo: Annablume; Fapesp, 2004, p. 70.

¹⁹³ SPROULE, J. Michael. **Propaganda and Democracy**: The American Experience of Media and Mass Persuasion. Cambridge; New York; Cambridge University Press, 1997, p. 184.

A “A survey of communications in Brazil”, que chegou aos Estados Unidos como um relatório confidencial, supostamente meses depois de sua elaboração e antes da abertura oficial do OCIAA no Brasil (que ocorreria em agosto de 1941), buscou especificamente avaliar três grandes frentes, sendo elas: a primeira esteve focada nos gostos e preferências dos leitores, situados nas áreas rurais e urbanas e de diferentes níveis econômicos, em relação aos jornais e revistas mais populares do país. O segundo bloco de questões buscou medir a abrangência de estações de rádio e de ondas curtas, e o terceiro, procurou mensurar a aceitação dos brasileiros face à nova vertente da Política Externa dos Estados Unidos e como esta “amizade” era percebida pelas mais distintas pessoas. Com o intuito de avaliar como o brasileiro via os estadunidenses e as expectativas em relação às suas incursões pelo continente, salientaremos a discussão deste último tópico.

2.2.1 – Impressões dos brasileiros sobre os estadunidenses.

Desde sua consolidação como república, que no Brasil procurou-se por novos caminhos que o pudessem levar a um novo tempo. O novo regime político era tido por seus mais fervorosos defensores, como uma via para o seu deslanchar econômico, cultural e político, que o Império havia impedido, por várias décadas. Se olharmos, a partir das teorias vigentes e, que influenciavam o pensamento dos maiores intelectuais da época, a Europa prevalecia, a partir de correntes de pensamento como o positivismo, darwinismo social, evolucionismo, que em um misto, difuso e incoerente, articulado às peculiaridades locais, embasavam e auxiliavam na legitimação da nascente república brasileira¹⁹⁴. A “ordem e o progresso”, que ainda permanece em nosso mais conhecido símbolo pátrio, nos oferece pistas sobre esta vigorosa imbricação europeia na jovem nação sul americana.

¹⁹⁴ No alvorecer da República, praticamente todos os grandes intelectuais eram “abolicionistas, liberal-democrata e republicanos”, que queriam modernizar o país, buscando como referência ideias exportadas, como aquelas que tendiam às afirmações sobre a superioridade de alguns povos, relegando o Brasil e os brasileiros, a um estágio ainda de atraso e inferioridade. SALIBA, Elias Tomé. Cultura: As apostas na república. In: SCHWARCZ, Lília Moritz (orgs). **A abertura para o mundo (1889- 1930)**. Rio de Janeiro: Fundação Mapfre e Editora objetiva, 2012, p. 240.

A inspiradora Belle Époque, fomentava os mais inebriados suspiros por um futuro melhor para esta antiga colônia portuguesa. As reformas de Pereira Passos, que ao destruir “velhos” casarões no centro da capital federal, vislumbrava uma modernidade que, supostamente, irromperia no horizonte, se espelhasse a arquitetura parisiense. As transformações urbanas, que o centro do Rio de Janeiro recebeu, tornou-o apto a abrigar um dos maiores ícones advindos do progresso material daquele tempo: o automóvel. Revistas como *Fon Fon*, que veiculavam, vez ou outra, a moda francesa com seus luxuosos adornos e tecidos sofisticados, encantavam as mulheres dos grupos sociais mais abastados, que almejavam, não somente a roupa, mas a forma de vida deste povo. Os pianos, instrumentos perfeitos para a execução de imortais músicas clássicas, ecoavam seus acordes nos grandes teatros que surgiam na época. Agrega-se a estes detalhes, as mais distintas mercadorias, como perfumes, objetos de decoração, relógios, sapatos que eram encontrados em grandes quantidades nas lojas de importados europeus, situados em ruas como a carioca, Rua do Ouvidor¹⁹⁵.

O paradigma buscado como via para atingir a “modernidade”, desta forma, foi o europeu. A entrada maciça de produtos estrangeiros subsequente à Abertura dos Portos às Nações Amigas, decretada por Dom João VI, em 1808, que permitiu o compartilhamento de novos padrões, considerados “civilizados”, transformaria o ainda recém emancipado Brasil. A dependência econômica com a Inglaterra, intensificada após o momento pós independência; a implantação dos currículos escolares no Colégio Pedro II, que incorporavam os programas escolares franceses¹⁹⁶; a vinda de imigrantes europeus, especialmente, no início

¹⁹⁵ Enquanto a Europa e os Estados Unidos supriam suas demandas internas, o Brasil era dependente de artigos acabados que precisavam ser exportados destas potências. A autossuficiência industrial estava longe de acontecer, e o país importava, desde o carvão, cabos para telégrafos, papel para os jornais, a petróleo ou cimento. Getúlio Vargas iniciou a concretização desta autonomia, a partir de seus empréstimos e acordos realizados com o governo estadunidense, na década de 1940. In: McCANN, Frank. **Aliança Brasil-Estados Unidos (1937-1945)**. Rio de Janeiro: Biblioteca do Exército Editora, 1995.

¹⁹⁶ O Colégio Pedro II, inaugurado em 1837, foi um projeto do Império Brasileiro que buscou formar uma elite nacional ao projeto de nação, que almejavam. Baseou-se nos moldes franceses, onde pretendia, a partir dessas elites, “civilizar” o brasileiro. Os professores desta instituição possuíam formação em tradicionais universidades, do país ou da Europa, em cursos como medicina, direito ou engenharia. Muitos deles tinham relação como o IHGB, seja como sócios, seja como pesquisadores. In: SANTOS, Beatriz Boclin Marques. **O currículo da disciplina escolar histórica o Colégio Pedro II – a década de 1970 – entre a tradição acadêmica e a tradição pedagógica: a história e os estudos sociais**. Rio de Janeiro: MAUAD Editora, 2014.

do século XX; conduziam inúmeras pessoas, em especial, aqueles grupos mais altos da sociedade, a uma crença na supremacia de alguns países deste continente, como as mencionadas Inglaterra e França, ou mesmo, pela Alemanha nas décadas de 1930 e 1940, que se erguia como potência militar e econômica, mesmo após sua derrota na “Grande Guerra”¹⁹⁷. Com uma cultura e tradição supostamente superiores, espelhar seu povo nestes modelos, poderia levá-lo a patamares sem precedentes de progresso.

Utopia difusa ou projeto realizável, o fluxo cultural europeu apresentava-se como aquela única e irresistível tábua de salvação capaz de romper de vez com o passado obscuro e vazio de possibilidades do império escravista, e de abrir um mundo novo, liberal, cosmopolita, progressista, abundante e de perspectivas ilimitadas¹⁹⁸.

A busca pelo modelo europeu, como forma de construir a nacionalidade do Brasil, foi perdendo força após o término da Primeira Guerra Mundial, que com suas perdas econômicas, acabou por fomentar um retraimento das tentativas de espelhamento cultural. Paulatinamente a este descrédito, outras referências para a construção de uma autoimagem nacional foram surgindo. Segundo Prutsch, a década de 1920, experimentou, por meio da influência do movimento modernista, uma rejeição aos estrangeirismos e uma inclinação às particularidades nacionais com vistas, dessa forma, a construir um projeto de nação mais voltado às suas próprias especificidades¹⁹⁹. Neste ínterim, outros modelos de sociedade, irrompiam neste cenário, e chegavam nesta primeira metade do século XX ao Brasil. Os Estados Unidos, cada vez mais, ganhavam visibilidade internacional, especialmente por seu progresso econômico, fruto da

¹⁹⁷ A Alemanha foi vista, após a Primeira Guerra Mundial como uma possível “terceira via” entre o modelo inglês e estadunidense de sociedade. *Dunshie de Abranches*, afirmava em “A ilusão brasileira”, que tal país era um exemplo para ser imitada, por seu crescimento econômico gerado em meio a resistências. A estética, a propaganda, a contenção das massas, o militarismo, todos estes aspectos chamavam a atenção, em especial de fileiras do exército, e até mesmo do presidente Vargas. In: TOTA, Antonio Pedro. **O Imperialismo sedutor: a americanização do Brasil na Segunda Guerra**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000, p. 22-26.

¹⁹⁸ SALIBA, Elias Tomé. **Cultura: As apostas na república**. In: SCHWARCZ, Lilia Moritz (orgs). *A abertura para o mundo (1889- 1930)*. Rio de Janeiro: Fundação Mapfre e Editora objetiva, 2012, p. 240.

¹⁹⁹ PRUTSCH, Ursula. Nelson A. **Rockefeller’s Office of Inter-American Affairs in Brazil**. In: CRAMER, Gisela ; PRUTSCH, Ursula (org). *iAmericas Unidas!: Nelson A. Rockefeller’s Office of Inter-American Affairs (1940-46)*. Madri: Iberoamericana; Frankfurt: Vervuert, 2012, versão kindle.

intensificação industrial no pós-Guerra de Secessão e do cinema Hollywoodiano, que rompiam as fronteiras nacionais e levavam seus artistas e sua cultura, por meio das grandes telas, aos mais distintos cantos do mundo. A propagação do modo como a sociedade estadunidense estava assentada, a partir da democracia e da liberdade de imprensa, bem como seus hábitos, língua e estética, já vinha se tornando popular no século XIX, com a vinda de imigrantes europeus e viajantes, que ressaltavam os pontos negativos e positivos que encontravam nesta parte da América²⁰⁰.

Muitas das positivas imagens, que pareciam hegemônicas àqueles que visitavam pela primeira vez a “Terra de Tio Sam”, no entanto, não passavam de visões construídas e nutridas pelos próprios estadunidenses. As imagens de uma sociedade de progresso e modernidade, que supostamente seriam comuns nas narrativas de imigrantes, como os italianos, seriam, na visão Paola Gemme, “projeções americanas”, bem como as admirações que possivelmente se estendiam aos latino-americanos e demais europeus. Embora houvesse aqueles que exteriorizassem seu apreço, para muitos²⁰¹, estes seriam habitantes de uma terra da barbárie, (especialmente por conta da brutalidade da escravidão africana, que chegou ao exterior por meio de obras como “Uncle Tom’s Cabin, de 1852²⁰²”), vulgaridade de muitos de seus cidadãos, e pelo materialismo

²⁰⁰ Alexis De Tocqueville, aristocrata francês, em viagem para os Estados Unidos, em seu consagrado texto “A democracia na América”, de 1835, narra seu entusiasmo e decepção, o misto de sentimentos que permeou seu pensamento nos momentos em que esteve instalado na nascente “república americana”. Entre as possibilidades do “vir a ser”, de uma jovem nação que dava seus primeiros passos em direção a uma plena democracia, este mesmo poder, fomentava uma série de perturbações a respeito da força, ou da tirania que poderia ser também praticada por esta “maioria”, que poderia acabar suprimindo o indivíduo. In: TOCQUEVILLE, Alexis: **A Democracia na América**. (2ª ed) São Paulo: Martins Fontes, 2005.

²⁰¹ Uma das narrativas significativas deste fim de século, que até os dias de hoje são citadas como esta ruptura proposta pelos latino-americanos á influencia estadunidense na região, foi a obra “Ariel” (1900) do uruguaio José Enrique de Rodó, que criticava o imperialismo estadunidense na América Latina, ao articular a narrativa shakespeariana “A tempestade”, à realidade do continente daquele momento. Caliban e Ariel, que representavam, respectivamente o egoísmo, interesses materiais em contraposição à busca pelo espiritual, buscavam associar os estadunidenses e a sua busca por vantagens econômicas com os latino-americanos, com seus valores morais voltados ao espírito. RODÓ, José Enrique. **Ariel**. Trad. Denise Bottman. Campinas: Editora da Unicamp, 1991.

²⁰² A obra, *Uncle Tom’s Cabin*, da estadunidense Harriet Beecher Stowe, (A cabana do Pai Tomás, em sua tradução para o português), foi uma obra que levou a imagem das agruras da escravidão estadunidense para o mundo. Recebeu diversas traduções em pouco tempo e se espalhou pelo mundo, não apenas de maneira impressa. Na Itália, tornou-se um famoso *ballet*, ao ser adaptado por Giuseppe Rota, na versão “Bianchi e Neri”. Neste país, onde a escravidão moderna não era conhecida satisfatoriamente, os Estados Unidos foram vistos de maneira muito desagradável, causando impressões negativas sobre sua sociedade. Na Inglaterra, que neste

exacerbado que acabava por impregnar o modo como construíam suas relações sociais²⁰³.

O Brasil, nestas primeiras décadas do século XX, pouca afinidade cultural possuía com esta “América do Norte”²⁰⁴. Algumas pessoas, mesmo que exteriorizassem sua admiração, bem como, vislumbre por este país²⁰⁵ e o apontassem como modelo a ser seguido nestes “novos tempos” como república, não eram capazes de suprimir, com suas narrativas, os estereótipos, antipatias, inseguranças ou até mesmo apatia por este povo. Em um momento de grande nacionalismo e com uma memória ainda recente das posturas adotadas na

momento cometia a escravidão, via nesta situação a sua superioridade perante os “americanos”. In: KORNER, Axel. *Barbarous America*. In: KORNER, Axel; MILLER, Nicola; SMITH, Adam. **America imagined**: Explaining the United States in Nineteenth-Century Europe and Latin America. New York, Palgrave Macmillan, 2012, versão kindle.

²⁰³ KORNER, Axel. *Barbarous America*. In: KORNER, Axel; MILLER, Nicola; SMITH, Adam. **America imagined**: Explaining the United States in Nineteenth-Century Europe and Latin America. New York, Palgrave Macmillan, 2012, versão kindle.

²⁰⁴ As relações econômicas entre Brasil e Estados Unidos datam do século XIX e até o irromper da Segunda Guerra Mundial, foram marcadas pelas tentativas dos estadunidenses em se estabelecer, de forma hegemônica, no continente. No início da república, por meio do Tratado de Reciprocidade, de janeiro de 1891, o Brasil isentou um significativo número de produtos dos EUA, em contrapartida, o acordo serviu para uma redução de tarifas apenas para o couro, o açúcar, o melado e o café, mostrando seu caráter unilateral. Posteriormente, com Barão do Rio Branco no ministério das Relações Exteriores, a tentativa de uma política equilibrada entre ambas as partes, acabou recebendo muita influência da Doutrina Monroe, que neste momento, acabou mantendo este desequilíbrio e refletindo nas importações e exportações. Os atritos com os “norte-americanos” ocorriam quando estes colocavam em risco a posição de hegemonia na porção sul do continente, almejada por este diplomata. Com a morte de Rio Branco, em 1912, a dependência aos Estados Unidos ficou latente, em especial pela necessidade da venda de borracha e café, do qual eram os principais clientes, e pelas manufaturas que supriam as necessidades cotidianas da jovem república. A ideia de reciprocidade retorna com Getúlio Vargas, que na prática acontecia conforme sua conveniência aos projetos de industrialização do Brasil. Firmou-se acordos com a Alemanha, mesmo a contragosto dos EUA. Getúlio barganhou o quanto pode para conseguir a autonomia siderúrgica, tão almejada pelos setores militares, por exemplo, em troca da concessão para base militares no Nordeste de seu litoral. Em 1942, com o rompimento das relações com o Eixo, passa-se a uma maior relação, econômica e cultural, com a nação de “Tio Sam”. Sobre as relações econômicas e diplomáticas com os Estados Unidos ver: BANDEIRA, Luiz Alberto Moniz. **Brasil – Estados Unidos**: a rivalidade emergente (1950-1988). Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 2011; DORATIOTO, Francisco. **O Brasil no mundo**: idealismo, novos paradigmas e voluntarismo. In: SCHWARCZ, Lilia Moritz (orgs). **A abertura para o mundo (1889- 1930)**. Rio de Janeiro: Fundação Mapfre e Editora objetiva, 2012.

²⁰⁵ Nestes momentos de incertezas e desconfianças, intelectuais como Monteiro Lobato, conhecido escritor infanto-juvenil brasileiro, deixam latente em sua obra “América”, de 1932, a admiração pelo país em que morou por três anos, como adido comercial do governo Washington Luís. Em sua escrita, ele relata algo que chamou muito sua atenção: o progresso material daquela nação, resultado do empenho de seus líderes, que possuiriam os olhos voltados para as tradições, de um “ímpeto original” ainda vivo. Lobato, reforçou uma visão de Estados Unidos, de modernidade e progresso, que nos anos seguintes, passaria a ser amplamente compartilhada em seu país. In: FELGUEIRAS, Carmen Lucia Tavares. **Os arquitetos do futuro**: os Estados Unidos segundo Monteiro Lobato e Eduardo Prado. Rio de Janeiro: Estudos Históricos, nº 27, 2001, p. 141-165.

região caribenha e no México, não podemos supor, que uma afeição aos projetos desta sociedade, tenha surgido do dia para a noite²⁰⁶. Críticas ao modelo estadunidense, movidas por díspares interesses e razões, marcaram a passagem do século XIX para o XX. Um dos expoentes desta crítica foi Eduardo Prado, escritor e jornalista, que na transição da monarquia para a república, criticou, veementemente, o governo brasileiro por “copiar” os Estados Unidos, que seria, para ele, fonte de imperialismo. Mesmo precisando se exilar por conta deste pensamento, que tanto provocou a “fúria” de republicanos, em especial, daqueles vinculados ao governo, “Ilusões Americanas”, originalmente publicado em 1893, é uma mostra desta inquietação perante a presença, econômica ou ideológica, deste país²⁰⁷.

Assim, torna-se interessante, perceber que antes do rompimento de Vargas com a Alemanha, os “norte-americanos” não eram vistos, unanimemente, de forma positiva. Revistas de grande circulação, como “Careta²⁰⁸”, com suas ácidas charges sobre política e sobre o “Tio Sam” (o famoso estadunidense alegorizado), nos concedem provas deste descontentamento²⁰⁹. Em duas charges selecionadas deste semanário, “Tio Sam” surge como um homem alto, sarcástico e dotado de grande poder perante os demais países da América. As jovens repúblicas americanas, ora eram

²⁰⁶ Corroboro com a visão de que, foi a partir da “boa vizinhança” da década de 1940, que ocorreu uma significativa interação cultural entre o Brasil e os Estados Unidos. O ambiente que precede esta formal aproximação está marcado por posicionamentos díspares, que ora associam esta nação a um modelo a ser seguido e imitado, para assim atingir um progresso material, ou daqueles que ainda viam em suas incursões pelo continente uma motivação imperialista, que em geral, partilhavam de pensamentos marxistas, como afirma o historiador Antonio Pedro Tota. In: TOTA, Antonio Pedro. **O imperialismo sedutor**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

²⁰⁷ FELGUEIRAS, Carmen Lucia Tavares. Os arquitetos do futuro: os Estados Unidos segundo Monteiro Lobato e Eduardo Prado. Rio de Janeiro: Estudos Históricos, nº 27, 2001, p. 141-165.

²⁰⁸ A revista Careta, surgida em 1908 por Jorge Schmidt, ficou marcada pelo humor, principalmente por meio de charges, que tinham um cunho, especialmente político. Durante a vigência do Estado Novo, onde os veículos de comunicação serão cerceados pelo DIP, a revista Careta irá expressar sua crítica de forma sutil, buscando burlar as imposições oficiais que viam com perigo, a mensagem de seu conteúdo. Sobre a revista Careta e seu conteúdo durante o Estado Novo ver: GARCIA, Sheila do Nascimento. **Revista Careta: Um Estudo sobre humor visual no Estado Novo (1937 – 1945)**. Dissertação (Mestrado) – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho. Faculdade de Ciências e Letras de Assis, 2005.

²⁰⁹ Embora apresentaremos de uma forma genérica, compreendemos que jornais e revistas (bem como outros meios de comunicação impressos ou sonoros) espelham a ambiguidade das ideologias de seu período, bem como, são construídos, a partir da visão daqueles homens e mulheres que inspirados por distintas ideias, escrevem, articulam, driblam ou mesmo retraem seus ideais, quando se veem diante de determinadas situações que fogem de seu corriqueiro cotidiano.

caracterizadas como crianças, ora como mulheres, que ironicamente para a época, poderia representar a fragilidade e a posição de inferioridade diante do “grandalhão do Norte”²¹⁰. Ao seu lado, em diversos momentos, o simplório “Jeca”, personificava o brasileiro também estereotipado: sagaz, irônico, e sempre vulnerável aos “mandos e desmandos” de seu “vizinho continental”.

Na primeira destas charges, datada de 15 de junho de 1929, havia uma referência à disputa do concurso do Miss Universo que ocorreria no Texas, do qual a miss Brasil, Olga Bergamini de Sá, compareceria e disputaria o título. Fazendo desta forma, uma analogia com o concurso de beleza, a revista *Careta* estampava o descontentamento da “Miss Europa”, face o galanteio do Tio Sam às misses da América do Sul e da América do Norte. O Jeca, simplório e perspicaz, consola a “jovem donzela” europeia que parece sofrer frente as intermitentes gentilezas do estadunidense para com as “belas moças”. A crítica era uma referência à Doutrina Monroe, que reivindicava a “América para os Americanos” e que na década de 1920, ainda estava a todo vigor, com suas incursões militares, que apenas cessariam em 1933, com Franklin Roosevelt e com o crescente poder dos Estados Unidos na região neste tempo “entre guerras”, relegando a Europa, velha conhecida, lentamente para um segundo plano.

²¹⁰ O historiador *John Johnson*, na década de 1980, ao analisar *cartoons* relacionados à América Latina, nos séculos XIX e início do XX, produzidos por estadunidenses, percebeu que geralmente, tais povos eram caracterizados como mulheres, crianças e negros, que segundo sua interpretação, retrata o aspecto pejorativo que os cartunistas buscavam demonstrar aos seus leitores. A figura da mulher seria uma referência à fragilidade e dependência perante o homem, ou seja, aos Estados Unidos; a criança retrataria a imaturidade de tais países, que ainda teriam um longo caminho a percorrer, antes de se tornar desenvolvidas, material e moralmente e do negro como figura supersticiosa, subserviente, desonesta e promíscua. In: JOHNSON, John. ***Latin America in caricature***. (2ª ed) Austin, Texas: University of Texas Press, 1997.



CIUMADAS²¹¹

Jeca: - Está com ciúmes, miss Europa? Nem por isso ... Tio Sam sempre foi galante para com as Américas. Américas para os americanos ...

FIGURA 4: Charge: Ciumadas.

Na outra charge, do dia 16 de maio de 1936, diante dos boatos surgidos sobre a constituição de uma “Liga das Nações Americanas²¹²”, que buscava resolver os impasses e desconfianças sobre a “Liga das Nações”, desta vez, a revista *Careta* expressa sua preocupação com o papel que possivelmente caberia aos Estados Unidos neste bloco regional. O “Tio Sam”, em tom de deboche, expressa sua satisfação com o projeto, e venera quando as repúblicas latino-americanas, metaforicamente, “tocam a canção conforme a sua melodia”. Mais uma vez, tais países são representados como crianças e mulheres, ao mesmo tempo em que adquirem uma feição de inocência e empolgação com a Liga Americana, que, na prática, apenas aos estadunidenses poderia beneficiar.

²¹¹ “Ciumadas”. Revista *Careta*. 15/ 06/ 1929, p. 22. Disponível em: < <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=083712&pesq=Est%C3%A1%20com%20ci%C3%B3ames,%20miss%20Europa>>. Acesso em 27/11/2015.

²¹² Os rumores sobre a possível criação de uma Liga das Nações Americanas, foi alardeada pelo embaixador do Chile em Londres, que no periódico “*El Mercurio*”, mostrou um plano para salvar a Liga das Nações e fomentar um enfoque mais regional neste organismo, que até então, mostrava-se bastante interessado na Europa. Esta “Liga americana”, seria então incorporada nesta Liga Universal, e buscava um caminhar mais autônomo para estas nações, que buscavam, por meio das Conferências Pan-americanas, seu fortalecimento. Tal projeto foi largamente difundido pelos maiores jornais do Brasil, durante o ano de 1936, como o *Correio da Manhã*, *Diário de Notícias*, *Jornal do Brasil*, *Jornal da Noite*, entre outros.



A MÚSICA DO FUTURO²¹³

TIO SAM: - São as netinhas de Cristóvão Colombo. Que alegria sentiria se ainda existisse!

FIGURA 5 – A música do futuro

A revista *Careta* serve como um termômetro sobre as opiniões de alguns grupos ou da opinião que ajudava a formar neles. Diferentemente dos jornais, que eram usuais no cotidiano de praticamente metade dos leitores do país, as revistas eram vistas regularmente por apenas 18% da população, segundo constatou a American Social Surveys, em 1941. O contato não regular, mas que ainda garantia o acesso a este periódico, foi assinalado por 46,7% das pessoas, que, na grande maioria, moravam longe dos grandes centros urbanos e estavam situadas em camadas mais baixas da sociedade. As revistas eram mais comuns e possuíam maior recepção entre as camadas mais altas da sociedade e em ambientes urbanos. Mais da metade destas pessoas, ou para ser exato, 59,4% deste grupo, realizava uma leitura regular das páginas de grandes e conhecidas revistas como *Noite Ilustrada*, *Cruzeiro*, *Careta* ou *Carioca*, as mais lidas no país. Se o grupo de leitores estava situado, em grande número, entre os setores mais ricos, supostamente, este índice seria próximo nas décadas de 1920 e 1930

²¹³ “A música do futuro” (CAPA). Revista *Careta*, 16/05/1936. Disponível em: <<http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=083712&pesq=S%C3%A3o%20as%20netinhas>>. Acesso em: 27/11/2015.

(quando as charges acima são veiculadas), mostrando assim, que essas visões de descrença e criticidade, eram compartilhadas por este setor social.

Embora seja correto afirmar que, com o fim da Segunda Guerra Mundial, lentamente, o brasileiro tenha se inclinado, positivamente, à aceitação e admiração do American Way of Life, ou ao “modo de vida americano”, o ambiente que antecede o rompimento das relações do país com o Eixo e da instauração do escritório do OCIAA no Rio de Janeiro, mostrava-se ainda hostil para a implementação eficaz de projetos culturais, ou quaisquer outros, que fossem advindos do governo estadunidense. Os jornais e revistas do país, bem como obras de famosos escritores, nas décadas de 1930 e 1940, evidenciavam esta dicotomia, ao exporem algumas destas distintas opiniões sobre este novo paradigma que irrompia no horizonte. Porém, eram ainda meios de informação das elites do país.

Se folhearmos, atentamente, diferentes periódicos brasileiros que, vez ou outra, redigiam notícias sobre os Estados Unidos e que, como a revista *Careta*, posicionavam-se criticamente sobre alguns quesitos de sua sociedade e sobre suas posturas truculentas na América Latina, poderemos perceber que ocorre uma modificação abrupta no teor em seu conteúdo a partir da instauração do Estado Novo em 1937, e mais, especificamente, no início da década de 1940. Devemos considerar que esta modificação esteve diretamente relacionada à censura engendrada pelo DIP (Departamento de Imprensa e Propaganda). Ficava previsto, oficialmente, que os veículos de comunicação, por conta de sua possibilidade de propagação política, deveriam passar pelo crivo do governo, responsável por autorizar ou não seu funcionamento, bem como verificar seu conteúdo. A Agência Nacional foi a grande provedora das informações a serem utilizadas nestes mensários, que chegava a praticamente 60% de seu total. Neste período, mais de 700 periódicos foram impedidos de existir ou tiveram seu conteúdo cerceado pelos censores²¹⁴.

A revista *Careta*, por conta deste impedimento, reduziu suas charges, e praticamente deixou de publicar aquelas de cunho político, buscando por vias distintas, expressar seu humor. As charges que outrora associavam o “Tio Sam”

²¹⁴ GARCIA, Sheila do Nascimento. *REVISTA CARETA: UM ESTUDO SOBRE HUMOR VISUAL NO ESTADO NOVO (1937 – 1945)*. Dissertação (Mestrado) – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho. Faculdade de Ciências e Letras de Assis, 2005.

como imperialista e oportunista, especialmente quando o assunto era a América Latina, deixa de aparecer, rotineiramente, a partir de meados de 1941, levando a uma substituição por imagens fotográficas, que não mais exprimiam o personagem, mas o maquinário de guerra, personalidades políticas, militares e pontos importantes do país. Dessa maneira, cabe-nos inferir que, à medida que as relações entre Vargas e Roosevelt iam se estreitando (o que culminou na declaração formal de guerra contra as potências do Eixo, em agosto de 1942), o conteúdo dos maiores periódicos brasileiros passou a uma considerável sintonia com os posicionamentos políticos do presidente do Brasil, tornando a imagem do “Tio Sam”, mais palatável. Em matérias como “Notícias da Guerra”, “A frota de Guerra do Tio Sam” e “A Rainha das armas”, vemos esta ressignificação da imagem dos Estados Unidos. Aquele “Tio Sam”, antes caricatural, sarcástico e prepotente, recebe uma nova vertente, agora como “Arauto do progresso e da modernidade bélica”, características que atreladas às suas mais “sinceras intenções”, seriam capazes de conduzir o mundo a dias de paz e de plena liberdade. Fotografias de veículos da guerra, que tomavam a maior parte de uma ou duas páginas e sua alta resolução, que mostravam pessoas marchando em ordem e determinação, expressavam a nova face daquele “velho” conhecido:



FIGURA 6: “Notícias da guerra”²¹⁵

²¹⁵ “Notícias da guerra”, Revista Careta. 26/04/1941, p. 27. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DOCREADER/DOCREADER.ASPX?BIB=083712>. Acesso em 15/11/2015.

FIGURA 7: “A frota de Guerra do Tio Sam”²¹⁶FIGURA 8: “A Rainha das Armas”²¹⁷.

²¹⁶ “A frota de Guerra do Tio Sam”, Revista Careta, 21/06/1941, p. 27. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DOCREADER/DOCREADER.ASPX?BIB=083712>. Acesso em: 15/11/2015.

²¹⁷ “A Rainha das Armas”, Revista Careta, 28/08/1941, p. 29. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DOCREADER/DOCREADER.ASPX?BIB=083712>. Acesso em: 15/11/2015.

Dessa maneira, quando ocorre a primeira medição oficial da opinião pública do brasileiro, feito pela American Social Surveys, entre fevereiro e maio de 1941, verificamos que existe uma plena sintonia entre o conteúdo veiculado por periódicos do país, que paulatinamente passava a construir uma imagem positiva e colossal dos Estados Unidos como potência bélica, à opinião dos grupos que tinham mais acesso a estes jornais, revistas ou estações de rádio, ou seja, os grupos mais abastados da sociedade. Eles estavam mais inclinados à crença de que os “norte-americanos” teriam um interesse sincero no Brasil e nos brasileiros e, que compartilhariam as benesses de seu progresso, a partir deste estreitamento das relações continentais. A classe mais rica disse SIM 82, 6% à pergunta: “Você acredita que os Estados Unidos estão interessados no Brasil e nos Brasileiros?” contra 31, 7%, dos mais pobres.

Ao levarmos em consideração as médias nacionais (que era outra forma de amostragem realizada pela equipe de Cantril), quase metade dos entrevistados assinalaram SIM ao possível interesse dos EUA pelo Brasil. Este total poderia ser classificado como alto (e talvez o seja), mas não se pode desconsiderar que, em contrapartida, uma grande parte destas pessoas, afirmaram não saber opinar sobre esta pergunta. Tais indicadores, evidenciam que, na primeira metade de 1941, quando o “escritório de boa vizinhança” não havia se instalado no país e, as relações formais com o Eixo não haviam sido rompidas, a nova vertente desta política externa, “mais amigável”, era pouco compreendida ou pouco discutida nas rodas de conversa dos mais distintos grupos de brasileiros.

Você acredita que os Estados Unidos estão interessados no Brasil e nos brasileiros?	
Média nacional	
Sim	46,4%
Não	9%
Não sei	44,6%

QUADRO 6: Interesse dos Estados Unidos no Brasil. ²¹⁸

²¹⁸ Reproduzido do original. NACP, RG 229, box 137, 2. “A Survey of Communications in Brazil: Confidential Report”. Lloyd A. Free to Hadley Cantril. Fevereiro a maio de 1941, table 46.

Frente a este mesmo questionamento, pessoas que habitavam zonas rurais ou pequenas cidades (centros urbanos que não excediam 15.000 habitantes) e que viviam longe da efervescência cultural de cidades como o Rio Janeiro e São Paulo, esboçavam uma postura mais cética ou de maior resistência às “boas intenções” de seu “bom vizinho”. Em geral, os habitantes de zonas urbanas de grandes metrópoles, diziam SIM em 67,1% em relação aos habitantes destes lugares pequenos e afastados, que concordavam em 24,3%.

Um certo ceticismo também se estendia aos veículos de comunicação estadunidenses, que neste momento, eram representados, especialmente, pelas estações de rádio de ondas curtas da NBC (WRCA e WNBI)²¹⁹. Os canais ingleses eram os que mais agradavam os seus ouvintes, por conta de suas notícias atuais, programação voltada ao público brasileiro e o oferecimento de músicas populares e clássicas²²⁰. Além de serem mais atrativas, as estações inglesas tinham mais credibilidade perante seus ouvintes. Em comparação com a programação de outros países, 56,1% afirmavam que o conteúdo veiculado pelos ingleses, era verídico, se comparadas às estadunidenses, com 27,5% e 22,2% das alemãs²²¹. Tal situação seria, aos poucos, revertida. Por meio da propaganda estadunidense que salientava sua confiabilidade e supremacia, juntamente com episódios como o do navio Siqueira Campos, impedido pelos ingleses de voltar ao Brasil no final de 1940 e descarregar as munições trazidas da Alemanha, obtidas pelo programa de Comércio de Compensação, gerou grande repercussão na imprensa brasileira²²², efetuando uma mudança na forma como os brasileiros viam seus antigos conhecidos²²³.

²¹⁹ NACP, RG 229, box 137, 2. “A Survey of Communications in Brazil: Confidential Report”. Lloyd A. Free to Hadley Cantril. Fevereiro a maio de 1941.

²²⁰ As ondas curtas que eram difundidas pelo Brasil, em grande número eram originárias de outros países como Inglaterra, Estados Unidos, Alemanha, Itália, que possuíam significativa audiência do público: cerca de 11% da média nacional afirmava ouvir estas frequências. As estações inglesas dominavam a audiência, sendo seguidas por estações estadunidenses ou alemãs. Destes ouvintes, 25,3% residia em grandes cidades e 2,7 no ambiente rural. NACP, RG 229, box 137, 2. “A Survey of Communications in Brazil: Confidential Report”. Lloyd A. Free to Hadley Cantril. Fevereiro a maio de 1941, table 20.

²²¹ Idem, table 34.

²²² Ibidem, p. 48.

²²³ O navio brasileiro, Siqueira Campos, carregado com mais de 400 civis e com armamentos alemães Krupp, foi desviado de seu rota a pedido da Inglaterra que embargava seu retorno ao Brasil. Depois de vários pedidos de Oswaldo Aranha ao Departamento de Estado dos Estados Unidos, Vargas autorizou a veiculação de tal episódio na imprensa, que gerou na população brasileira, um sentimento de antipatia com os ingleses, segundo consta em relatórios estadunidenses, como o *Summary of Opinion in Latin America*. Sobre este episódio ver: NETO,

No Brasil, os jornais eram os impressos mais lidos no país em 1941. Suas notícias diárias sobre economia, a guerra que se espalhava pela Europa, ou mesmo ofertas de trabalho e propagandas sobre os mais variados produtos que adentravam os mercados brasileiros, chegavam aos leitores com uma força expressiva. Um percentual de 49,3% dos leitores dizia ler regularmente este tipo de publicação, contra apenas 23,7% que afirmavam não possuir este hábito. É importante salientar que, a maioria destes leitores, residiam em espaços urbanos, locais onde a circulação deste material ocorria com maior facilidade. Estes leitores também possuíam uma renda superior e, portanto, pertenciam a classes mais altas da sociedade se comparados aqueles que se autodenominavam não leitores. Os cinco jornais mais lidos no Brasil, considerando a média nacional eram, segundo os dados colhidos pela equipe de Lloyd Free: Estado de Minas; Diário de Pernambuco; Folha da Manhã; Correio do Povo e o Estado de São Paulo.

Num tempo, em que os periódicos, fossem revistas ou jornais, que mesmo por conta da censura, possuíam números expressivos²²⁴; parte dos brasileiros não tinha acesso satisfatório ao seu conteúdo, formando, assim, sua opinião a partir de outras vias. Os meios mais populares utilizados para a recepção e/ou propagação de informações neste período foram os jornais e as conversas com amigos. As médias nacionais apontavam para um quase empate entre os dois, embora os jornais ultrapassassem, timidamente, as conversas com amigos. Rádios locais também auxiliavam nesta formação da opinião e na veiculação de notícias nacionais e internacionais, como veremos no quadro a seguir:

Lira. Getúlio, 1930-1945: do governo provisório à ditadura do Estado Novo. São paulo: Companhia das Letras, 2013.

²²⁴ Conforme dados do IBGE, em 1936 o número de periódicos arrolados no país, se somassem os jornais, revistas, anuários, boletins, entre outros, atingia um total de 1968, número que reduz no ano de 1944, quando a soma de tais periódicos chega a 1876. In: IBGE, "Imprensa periódica". Disponível em: <<http://seculoxx.ibge.gov.br/populacionais-sociais-politicas-e-culturais/busca-por-temas/cultura>> . Acesso em: 10/05/2016.

Como você obtém a maior parte de sua informação sobre o que está havendo no mundo – de conversas com seus amigos, de jornais, de noticiários locais, de jornais de notícias, de ondas curtas estrangeiras ou de outras fontes?	
	Média nacional
Conversas	72,8%
Jornais	73,1
Rádio Local	55,4
Newsreels	32,4
Ondas curtas	17,3
Outros	2,0

QUADRO 7: Sobre a obtenção de informações²²⁵.

Se buscarmos uma porcentagem por grupo social e nível econômico, fica nítido que existia uma diferença na obtenção de informação, entre os mais ricos e mais pobres, que pode estar relacionada às taxas de analfabetismo, pairavam de forma mais intensa nos setores com menos recursos financeiros. Aqueles que acreditavam que os EUA tinham “boas intenções com o Brasil e com os brasileiros”, eram informados com maior frequência por meio de jornais do que aqueles que não acreditavam nestas boas intenções e acabavam formando sua opinião a partir da mediação de outros interlocutores, como em conversas informais com amigos, que embora pudessem possuir argumentos frágeis e algumas vezes imprecisos, conferiam aos seus receptores, mais credibilidade ao que lhes era dito. Dessa maneira, na pesquisa estadunidense “A survey of communications in Brazil”, fica claro que conforme o índice de escolaridade, acesso à informação e imbricação nos setores mais abastados, maior era a aceitação às políticas dos Estados Unidos para o Brasil.

Como dito, os setores mais ricos superavam expressivamente as parcelas mais pobres do país, quando o assunto se fundamentava na crença sobre este interesse de Tio Sam no país de Vargas. Os brasileiros eram os que mais acreditavam, se comparados aos estrangeiros residentes no país, como os alemães ou italianos, que foram requeridos na pesquisa, a partir de uma

²²⁵ Reproduzido do original. “How do you obtain the major part of your information about what is going on in the world – from conversations with your friends, from newspaper, from local news broadcasts, from newsreels, from foreign short wave broadcasts, or from other sources?”. In: NACP, RG 229, box 137, 2. “A Survey of Communications in Brazil: Confidential Report”. Lloyd A. Free to Hadley Cantril. Fevereiro a maio de 1941 (table 42).

amostragem específica²²⁶. Existe também uma amostragem direcionada ao Rio Grande do Sul, justamente por ser a região que mais abrigava seus descendentes. Aliás, percebe-se, a todo o momento, como a agência de Cantril e Gallup, buscava, ao mesmo tempo, informações sobre as opiniões dos latino-americanos, como tentava, de maneira sutil, perceber como alemães e italianos radicados no Brasil, bem como seus descendentes, reagiam às suas políticas e/ou viam os estadunidenses.

Em um outro momento da pesquisa, que acaba sendo um de seus pontos mais interessantes, a pergunta inicial “Você acredita que os Estados Unidos estão interessados no Brasil e nos Brasileiros?” recebe uma reformulação, levando o entrevistado a pensar sobre o nível de interesse e de sua autenticidade perante seus vizinhos, ao questionar: “Você acredita que o interesse dos Estados Unidos no Brasil é sincero?”. Neste momento, a média nacional não se mantém, caindo para 25,1% na opção SIM; 9% NÃO e 44, 6% não souberam responder. Mais uma vez, os habitantes dos centros urbanos acreditavam muito mais do que os oriundos da zona rural (37,1% a 13,9%). A crença nesta sinceridade recuava entre os setores mais ricos e mais pobres do país, ficando as altas médias nas parcelas intermediárias da população. Na amostragem realizada no Rio Grande do Sul, a crença nesta “sinceridade de interesse”, foi menor que a média nacional, ficando em 19, 5%²²⁷.

Transparece a partir deste questionamento, o que nas páginas anteriores abordamos: existia de maneira substancial, antes da instauração oficial da “Política de Boa Vizinhança” no Brasil, uma hostilidade ao estadunidense e uma apreensão em relação às suas ‘reais’ intenções no Brasil. Em outras palavras, segundo podemos notar neste levantamento da opinião pública, os mais distintos grupos acreditam no interesse dos Estados Unidos pelo Brasil, uma vez que neste ano de 1941, os meios de comunicação ou as políticas varguistas já dessem prova disto, porém, quando se pergunta se o interesse é sincero, quase a metade daqueles que antes responderam SIM, ficam indecisos ou optam, velozmente, pela opção NÃO.

²²⁶ NACP, RG 229, box 137, 2. “A Survey of Communications in Brazil: Confidential Report”. Lloyd A. Free to Hadley Cantril. Fevereiro a maio de 1941, table 46.

²²⁷ Idem, table 47.

Mesmo em um cenário de desconfianças, onde a sinceridade ou não da aproximação de ambos os países dividia os brasileiros, o proveito que o Brasil poderia extrair de uma aliança mais próxima com os Estados Unidos, tornava-se a crença da maior parte da população. No quesito “O Brasil deveria cooperar com os EUA?”, 53, 8% acreditava que seria bom se houvesse uma melhor relação com os “norte-americanos”. Os habitantes de cidades maiores sobressaem em relação aos do meio rural (69,6% contra 37,3%), mais uma vez demonstrando que o acesso aos meios de comunicação e amplitude das relações sociais, tendiam a fomentar uma maior crença na “Terra do Tio Sam”. De acordo com a ocupação dos entrevistados, aqueles que possuíam profissões menos qualificadas, como garçons, trabalhadores braçais e agricultores, acreditavam menos que esta relação seria benéfica. Os com maior grau de instrução e com ocupações mais qualificadas, como empresários, comerciantes ou funcionários do governo, eram os mais confiantes.

Muitos pareciam ser os motivos para que a população creditasse ou não sua confiança nesta aproximação. Aqueles que não queriam um maior relacionamento com o Brasil, apontavam como a principal justificativa a possibilidade de os estadunidenses tirarem proveito, principalmente, econômico, do seu país, que parecia bastante vulnerável face ao histórico intervencionista e de superioridade militar do governo de Washington. Manter a distância, por questões nacionalistas ou a pouca vantagem que teriam, foram os outros pontos apontados pelos entrevistados. Entre aqueles mais otimistas, que viam como benéfica a aproximação das duas nações e almejavam dias melhores para jovem república sul americana, o benefício que o Brasil receberia era salientado como uma provável vantagem econômica e militar que, supostamente, receberia dos Estados Unidos. Ainda que, timidamente, repercutida nos meios de comunicação, a partir da transcrição de trechos repetidos pelo presidente Franklin Roosevelt, na implementação oficial da “boa vizinhança” em 1933, ou em outras menções esporádicas em jornais e revistas, poucos afirmavam creditar a ela, ou ao pan-americanismo, o motivo principal para a união entre as Américas, ou mais especificamente entre o Brasil e os Estados Unidos, conforme o quadro abaixo:

VOCÊ ACREDITA QUE SERIA BOM PARA O BRASIL SE EXISTISSE UM MAIOR RELACIONAMENTO ENTRE BRASIL E ESTADOS UNIDOS? – SE NÃO, POR QUE NÃO?	
Média nacional	
EUA podem tirar proveito do Brasil	5,2%
Razões nacionalistas ou isolacionistas	2,9
Brasil poderia não lucrar com isto	2,4
Diferenças entre nações	1,0
Razões não mencionadas	2.2

QUADRO 6: Não seria bom para o Brasil o relacionamento com os Estados Unidos²²⁸

VOCÊ ACREDITA QUE SERIA BOM PARA O BRASIL SE EXISTISSE UM MAIOR RELACIONAMENTO ENTRE BRASIL E ESTADOS UNIDOS? – SE SIM, DE QUE MODO ELE PODERIA SER BENEFICIADO?	
Média nacional	
Traria vantagem econômica e militar para o país	62,2%
Por razões ideológicas (Boa Vizinhança; pan-americanismo; amizade)	7,9
Outras razões	16,8

QUADRO 7: Seria bom para o Brasil o relacionamento com os Estados Unidos²²⁹.

A realidade socioeconômica do Brasil, para os articuladores do OCIAA era preocupante: segundo o último levantamento que havia sido realizado sobre as taxas de alfabetização, em 1920, apenas 30% dos brasileiros não poderiam ser considerados analfabetos e, 31% possuíam emprego formal. Somente 15% das pessoas, conseguiam atender suas necessidades básicas de moradia, alimentação, transporte e saúde, e os veículos motorizados eram distribuídos na proporção de 1 para cada 237 moradores²³⁰. Tal realidade, para o governo dos Estados Unidos, de pobreza e analfabetismo, poderia ser terreno fértil para a propagação dos ideários nazistas ou mesmo comunistas, e dificultava, ao mesmo tempo, a disseminação de seu programa de “boa vizinhança”, tido como via eficaz na transformação desta opinião pública, que ainda estava longe de tender, hegemonicamente, ao seu favor. Ao mesmo tempo, na década de 1940,

²²⁸ (Respostas baseadas somente no SIM e no NÃO. A categoria NÃO SEI foi excluída). Reproduzido do original. NACP, RG 229, box 137, 2. “A Survey of Communications in Brazil: Confidential Report”. Lloyd A. Free to Hadley Cantril. Fevereiro a maio de 1941, table 51.

²²⁹ (Respostas baseadas somente no SIM e no Não. A categoria NÃO SEI foi excluída). Reproduzido do original. NACP, RG 229, box 137, 2. “A Survey of Communications in Brazil: Confidential Report”. Lloyd A. Free to Hadley Cantril. Fevereiro a maio de 1941, Table 52.

²³⁰ LOC F2508 U582. “Activities of the Coordinator of Inter-American Affairs in Brazil – introduction: political, geographic, social and economic conditions. Maio de 1943.

em seu país, 80% da população afirmava ter acesso à leitura de, pelo menos, um jornal, diariamente, haja vista as maiores taxas de alfabetização e de uma “cultura de leitura”, que por influência do protestantismo e da ideia de que todos deveriam ler a bíblia cristã, construiu uma sociedade mais letrada. O aparelho de rádio estava presente em 8 de cada 10 domicílios, fazendo com que as notícias da Segunda Guerra Mundial e os sucessos estadunidenses no front, fossem ouvidos por um amplo público, justificando para a opinião pública, as decisões do governo Roosevelt em relação à entrada de seu país no conflito mundial²³¹.

O Rádio foi um importante veículo de comunicação no Brasil. Embora chegasse de forma mais tímida aos lares brasileiros, se comparado aos dados estadunidenses, que possuía uma realidade industrial e social bastante distinta do restante do continente, os aparelhos da Philips ou o RCA Victor (campeões de venda)²³², ainda permaneciam, na década de 1940, distantes de muitos lares dos confins do país. Mesmo assim, em um tempo onde grande parte da população ainda era analfabeta, ou residia longe das grandes capitais e, portanto, longe do alcance de inúmeros periódicos, como jornais e revistas, a informação chegava, mesmo que compartilhada entre vizinhos, por vias sonoras. Bastante conhecido no país da década de 1940, e sua programação ia além da difusão de notícias. Existiam muitas estações de ondas curtas estrangeiras, que muitas vezes difundiam programações exclusivamente em sua língua materna. Fazia-se assim, muito importante para os Estados Unidos, em sua política de contenção do Nazifascismo, quantificar a abrangência do rádio na vida do cidadão comum, bem como de suas preferências por determinadas estações e determinadas programações. Os dados gerais sobre os ouvintes do rádio em esfera nacional, mostram que mais de 70% da população brasileira, afirmava já ter ouvido o rádio de maneira frequente ou esporádica. Apenas 24,7% dos entrevistados nunca haviam ouvido, contra 37% que ouviam vez ou outra e, 38,3 que ouviam frequentemente. Estes ouvintes fiéis eram oriundos dos ambientes urbanos, de grandes e médias cidades e pertencentes a classes econômicas

²³¹ DAMIN, Cláudio Júnior. **Guerra e Opinião Pública nos Estados Unidos: O Caso da Guerra do Iraque em 2003**. BJIR, Marília, v.3, n.3, p. 419-448, Set/Dez. 2014, p. 426.

²³² NACP, RG 229, box 137, 2. “A Survey of Communications in Brazil: Confidential Report”. Lloyd A. Free to Hadley Cantril. Fevereiro a maio de 1941, table 12.

intermediárias. Os setores mais ricos também tinham grande acesso a este meio de comunicação (75,4%), contra 18% daqueles que eram originários dos ambientes rurais²³³.

Embora neste período muitos homens e mulheres já tivessem tido algum contato com as programações do rádio, o lar não era o único local onde estas estações eram sintonizadas. Cafeterias ou a casa dos amigos eram os outros dois ambientes citados pelos entrevistados onde as programações radiofônicas eram sintonizadas por eles. Este dado ainda aponta que o uso do rádio dos anos 1940 era compartilhado com a vizinhança, em especial, para as populações do campo que somente em 10,6% dos casos tinham um aparelho em casa. Considerando as médias nacionais, quase metade da população do país não possuía um aparelho de rádio em seu próprio lar no início de 1941.

Você possui aparelho de rádio em casa?	
	Média nacional
Sim	47,8
Não	48,6
Não especificou	3,6

QUADRO 8: Aparelhos do rádio, segundo a média nacional.²³⁴

A radiodifusão, no Estado Novo, fugiu das motivações iniciais de Roquette Pinto, que pretendia a larga veiculação de programas culturais e educacionais no país. De meio difusor de novos pensamentos, o rádio tomou novos rumos, que atenderam, em larga medida, a objetivos comerciais e políticos. Segundo Maria Helena Capelato (1998), a Alemanha nazista também contou amplamente com o poder da veiculação de informações por vias sonoras, e o governo Hitler, valeu-se até mais que Vargas, de seus eficazes benefícios²³⁵. Como forma de levar a um maior número de pessoas a sua mensagem, promoveu-se um programa de estímulo à produção e venda do aparelho de rádio

²³³ Idem, *table 9*.

²³⁴ Reproduzido DO ORIGINAL. NACP, RG 229, box 137, 2. "A Survey of Communications in Brazil: Confidential Report". Lloyd A. Free to Hadley Cantril. Fevereiro a maio de 1941, *table 10*.

²³⁵ CAPELATO, Maria Helena Rolim. **Multidões em cena**: Propaganda Política no Varguismo e no Peronismo. Campinas: Papirus/ FAPESP, 1998, p. 76 a 79.

voltado aos alemães²³⁶ Além da difusão em seu próprio país, diversas estações alemãs foram espalhadas pela América Latina, que controladas por seu governo e voltadas para fins políticos, influenciavam milhares de seus ouvintes, espalhados pela América.

Ao mesmo tempo em que crescia estas estações de rádio, que somente seriam cerceadas no Brasil em 1938, por ainda não possuírem dados sobre seus ouvintes, acabavam por desconsiderar o público de suas programações por meio das ondas curtas e as suas preferências de programação, uma vez que mantinham canais com pouco ou nenhum conteúdo adaptado ao povo brasileiro²³⁷ e talvez fosse por esta razão que o levantamento referente às comunicações no Brasil, realizado em 1941, buscasse mapear, de forma objetiva, diversas questões deste interesse, como: os horários com maior audiência; os programas prediletos dos ouvintes e a aceitação aos programas realizados total ou parcialmente na Língua Inglesa, ou em outras línguas estrangeiras. Com o OCIAA, os planos para a ampliação dos programas radiofônicos na América Latina tornaram-se possíveis, como afirmou Marquillandes de Souza, e talvez tenha sido, por sua urgência no contexto beligerante.

Fica claro, após nos reportarmos a estes levantamentos de opinião pública sobre os meios de comunicação no Brasil, que seu conteúdo levava a Rockefeller e seus assistentes, um panorama bastante amplo sobre o *modus operandi* que seu programa de “boa vizinhança” deveria empregar. A política da boa vizinhança foi propagada, velozmente, por impressos, ondas sonoras e telas de cinema. Entretanto, como se constatou, a partir dos estudos da opinião pública dos Estados Unidos e da América Latina, que os brasileiros tendiam a acreditar e apoiar, assim como, romper estereótipos, quando se deparavam com maiores informações sobre os porquês da luta “conjunta” na Guerra, ou mesmo sobre o valor cultural de ambos os povos. Por meio destas amostras, que priorizaram verificar o alcance das informações transmitidas pelos meios de comunicação (jornais, revistas e rádio), nacionais e estrangeiros, na vida cotidiana do brasileiro, foi possível fazer algumas associações importantes,

²³⁶ SOUZA, Marquillandes Borges. **Rádio e propaganda política** – Brasil e México sob a mira norte-americana durante a Segunda Guerra. São Paulo: Annablume; Fapesp, 2004, p. 55.

²³⁷ Idem, p. 54.

sendo elas: os grupos mais propensos à aceitação do estreitamento de relações econômicas e políticas com os Estados Unidos, pertenciam, em grande parte, aos meios urbanos, possuíam maior escolaridade e estavam ligados aos setores mais abastados do país. Aquelas pessoas que engrossavam as estatísticas de analfabetismo, ou residiam em locais mais distantes dos grandes centros, bem como em zonas rurais, eram mais céticos à terra de “Tio Sam” e às suas boas intenções. Deste modo, a informação, veiculada a todos os confins do continente, talvez nunca abrangeria a todos, a menos que, a política pudesse se voltar, àquela parcela da sociedade cuja influência, cedo ou tarde, seduziria os demais.

CAPÍTULO 3

PERIÓDICOS NO BRASIL E A PROPAGAÇÃO DA IMAGEM ESTADUNIDENSE.

“The conscious and intelligent manipulation of the organized habits and opinions of the masses is an important element in democratic society. Those who manipulate this unseen mechanism of society constitute an invisible government which is the true ruling power of our country.”

Edward Bernays

“A propaganda política está para uma democracia assim como o porrete está para um Estado totalitário”.

Noam Chomsky

Meses após ser instalado o “Comitê do Coordenador de assuntos interamericanos” no Rio de Janeiro, o escritor Orvacio Santamarina registrou na revista *Careta*, em uma reportagem intitulada “A atitude ianque”, sua inquietação perante a demonstração exacerbada do poder que seu “bom vizinho” veiculava nas matérias dirigidas à América Latina. Tio Sam possuiria uma obsessão pela propaganda e induzia seu público a acreditar até mesmo em “histórias da carochinha”. Em suas palavras:

(...) o poderio bélico dos Estados Unidos será de molde a inspirar absoluta confiança? Se dermos credito à propaganda, não há de que temer ... Mas a propaganda é uma obsessão para Tio Sam. E tem o grande inconveniente de fazer com que se acredite até em contos da Carochinha... O artigo a que nos referimos pareceu-nos muito coerente, muito sincero e muito útil, porque a revelação da verdade é um dos maiores benefícios de que gozam os povos que vivem sob os verdadeiros regimes democráticos²³⁸.

O autor deixava transparecer que ao lado de sua desconfiança, residia uma esperança confortadora: sua crença no compromisso com a verdade, sob a qual deveriam estar assentadas todas as democracias. As narrativas que chegavam aos latino-americanos pelos sofisticados produtos culturais, supostamente refletiriam a imparcialidade de seus criadores e assim, as suspeitas iam lentamente esmorecendo face a superioridade tecnológica, política, econômica ou mesmo cultural dos Estados Unidos, que pouco a pouco, parecia receber provas de credibilidade.

Noam Chomsky, linguista e ativista político, se tivesse acesso a este discurso, provavelmente discordaria desta credibilidade associada às democracias no que tange à veiculação de “verdades”. Ironicamente, o intelectual estadunidense, que contribui com estudos²³⁹ sobre propaganda política, mostraria ao jornalista que sua descrença deveria ser levada em consideração justamente por haver em sua escrita duas menções,

²³⁸ SANTAMARINA, Orvacio. “**A atitude ianque**”. Revista *Careta*, 22/11/1941. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=083712&pasta=ano%20194&pesq=Carochinha>. Acesso em 07/01/2016.

²³⁹ Algumas obras de Chomsky abordam a questão da mídia e dos artifícios utilizados por governantes em regimes democráticos à conduzirem a opinião pública aos seus projetos, sem recorrer, como usualmente ocorrera em regimes totalitários, por intermédio das armas e da força. Sobre este tema, ver: CHOMSKY, Noam. **Mídia: propaganda política e manipulação**. Trad. Fernando Santos. São Paulo: Martins Fontes, 2014; HERMAN, Edwards; CHOMSKY, Noam. **Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media**. London: Vintage, 1994.

ingenuamente desvinculadas em seu texto: propaganda (neste caso, política) e democracia. Nos eventos bélicos vivenciados nos séculos XX e XXI (as grandes Guerras Mundiais, a Guerra do Vietnã, Guerra do Iraque, entre outros), regimes democráticos e totalitários souberam conduzir eficazmente os temores e os anseios de suas populações: enquanto regimes totalitários utilizaram da força (e não apenas dela²⁴⁰) para a persuasão das massas; regimes democráticos apelaram para o manejo de informações como meio de condução da opinião pública. Assim, a imagem de um poder imensurável dos Estados Unidos disseminado no Brasil esteve intimamente ligado à difusão eficaz de uma minuciosa (e bem elaborada) propaganda política.

Buscamos, neste capítulo, compreender, a partir do conteúdo dos principais impressos distribuídos pelo OCIAA durante a vigência da “Boa Vizinhaça”, como os Estados Unidos propagaram a imagem de sua nação e a qual público este material estava direcionado. Partindo do pressuposto que a disseminação constante de determinado discurso estimula (ou reforça) a produção e compartilhamento de “imagens mentais²⁴¹”, mostraremos como

²⁴⁰ Tanto regimes totalitários quanto democráticos utilizam estratégias para controlar ou influenciar a opinião pública. A propaganda política, arma poderosa para conduzir a opinião pública e legitimar determinado governante, é recorrente em ambos os regimes e foi estruturada racionalmente por meios de agências voltadas a este fim no início do século XX. Entretanto, em regimes totalitários a propaganda está nitidamente vinculada ao governo vigente. Em democracias, no entanto a propaganda política ocorre de maneira sutil, apresentada como imparcial, ou supostamente mais livre em relação ao governo ou ao meio privado. É preciso, no entanto, ficar atento a esta suposta desvinculação da mídia à determinadas ideologias, uma vez que seu discurso é tão político e interessado, como em regimes ditatoriais. Segundo *Hannah Arendt*, a propaganda nazista foi inspirada na propaganda comercial estadunidense, dado a sua eficiência em disseminar ideias por meio de discursos velados e insinuações intimidadoras. Sobre a propaganda política e/ou suas nuances em regimes totalitários, ver: ARENDT, Hannah. **O Sistema totalitário**. Lisboa: Dom Quixote, 1978; BORTULUCCE, Vanessa Beatriz. **A arte dos regimes totalitários do século XX: Rússia e Alemanha**. São Paulo: Annablume; Fapesp, 2008; BURKE, Peter. **A fabricação do rei: a construção da imagem pública de Luís XIV**. Rio de Janeiro: Zahar, 1994; DOMENACH, Jean-Marie. **A propaganda política**. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1963; OLIVEIRA, Luis Sergio Porto. **Informação ou propaganda: o que recebemos? O que percebemos?**. Brasília: Thesaurus, 1996; WEBER, Maria Helena. **Comunicação e espetáculos da política**. Porto Alegre: Ed. Universidade/UFRGS, 2000.

²⁴¹ Walter Lippmann, jornalista e escritor estadunidense, chamou a atenção, no primeiro quartel do século XX, sobre as imagens mentais produzidas para determinados grupos sociais por intermédio dos meios de comunicação. Geralmente a constância com que imagens são veiculadas pela imprensa acaba fomentando a criação de imagens mentais que passam a ser compartilhadas por parcelas da sociedade, sendo assim, meras reproduções inconscientes daquilo que foi oferecido pela elite dirigente, que influencia diretamente nas produções midiáticas. Para Lippmann, “O único sentimento que alguém pode ter acerca de um evento que ele não vivenciou é o sentimento provocado por sua imagem mental daquele evento”, sendo assim, tais imagens formadoras de ideias consensuais, que passam a ser compartilhadas por determinada população. Sobre a opinião pública e a criação de imagens mentais, ver: In:

algumas parcelas de nossa sociedade acabaram expostas à ideia de que os Estados Unidos eram o paradigma a ser seguido em meados do século XX. Com o objetivo de atender a determinados fins e a grupos específicos estadunidenses, não podemos perder de vista que estas imagens estereotipadas resultaram da manipulação racional de ideias, ao mesmo tempo em que a simples veiculação de um discurso textual ou imagético não acarreta, necessariamente, em uma ampla e efetiva aceitação por parte daqueles que a recebem. Dessa forma, faz-se preciso salientar, primeiramente, uma questão: pensar que a Política da Boa Vizinhança ocorreu em um país inerte, ou mesmo subserviente reduz, de maneira simplista, o complexo embate de poder(es) no(s) qual(is) as relações internacionais estão assentadas²⁴².

A exposição pelo qual determinadas parcelas da sociedade brasileira tiveram da imagem dos Estados Unidos e que de determinado modo, acabaram por absorvê-la, não significa a preponderância do americanismo e da subserviência ou acriticidade deste grupo. Justamente em um momento onde o nacionalismo brasileiro atingia um ponto alto na ditadura Estado-novista, o constante desembarque de pessoas ligadas a Washington e que traziam programas muito bem orquestrados para a América Latina, não surtiriam efeito não fosse a compatibilidade de intenções de ambos os agentes envolvidos. Como afirma Ursula Prutsch²⁴³, o governo Vargas somente assentiu os projetos do OCIAA, porque eles iam ao encontro de seus anseios para o país. Programas

LIPPMANN, Walter. **Opinião Pública**. Tradução e prefácio de Jacques A. Wainberg. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008, p.29.

²⁴² A interação econômica, social, política ou mesmo cultural entre dois Estados nacionais não representa apenas a mostra do interesse de um dos agentes envolvidos. A ideia de um campo de estudos denominado de Relações Internacionais, pressupõe em seus fundamentos basilares que, mesmo podendo ser forças desiguais, toda aproximação entre nações incorpora seus interesses, sejam eles os mais variados e/ou vitoriosos na busca por diversas nuances do poder, que pode ir muito além da intenção meramente econômica. Por ser um país com históricos de dominações ou de extrema dependência a países mais ricos, o Brasil fora visto, muitas vezes, como inerte em sua capacidade de negociação, barganha ou mesmo imposição neste complexo campo de “queda de braços” que é o cenário internacional. Embora muitas provas tenham sido dadas contra tal discurso, a ação de seus governantes, mesmo quando suas intenções não se faziam amplamente atendidas, jamais atuou passivamente diante de qualquer imposição externa. Sobre tais interações nas Relações Internacionais ver, especialmente o capítulo 12: DUROSELLE, Jean-Baptiste. **Todo império perecerá**. Teoria das relações internacionais. Tradução de Ane Lize Spaltemberg de Sequeira Magalhães, Brasília: Edunb, 2000.

²⁴³ PRUTSCH, Ursula. **Americanization of Brazil or A Pragmatic Wartime Alliance? The Politics of Nelson Rockefeller’s Office of Inter-American Affairs in Brazil During World War II**. Passagens. Revista Internacional de História Política e Cultura Jurídica, Rio de Janeiro: vol. 2 n.4, maio-agosto 2010, p. 181-216.

de industrialização, especialmente referentes ao fomento da indústria de base, por exemplo, não destoaram dos projetos traçados pelo escritório de Rockefeller. Dessa forma, não ocorreu uma passividade do governo brasileiro em relação à Política da Boa Vizinhança, ao contrário, Vargas “trabalhou duro para apropriar a agenda do OCIAA às demandas de seus próprios interesses no processo de construção da nação em curso²⁴⁴”. A identidade nacional, que nesta época vinha sendo reforçada com a nomenclatura de brasilidade²⁴⁵, foi uma mostra de que o American Way of Life não se apropriaria, de forma passiva, dos corações e mentes brasileiros²⁴⁶.

O Brasil, a partir da análise da documentação levantada nesta tese, provavelmente foi o país que recebeu a maior assistência do OCIAA. Representada pelo alto número de comitês regionais, materiais distribuídos, como revistas ou panfletos, ou pelos programas de saúde estabelecidos em regiões do Nordeste e Norte, tais iniciativas não estiveram somente atreladas à importância que este país possuía na região sul americana, mas no auxílio que Vargas oferecia aos Estados Unidos, como a sessão de bases militares em Natal (o trampolim para a vitória Aliada), o fornecimento de matérias primas estratégicas, a repressão a subversão nazista, principalmente. Neste contexto,

²⁴⁴ *Texto original: “Secondly, the article will also show that the Brazilian government – rather than being a passive recipient of dictums from Washington – worked hard to appropriate the OIAA’s agenda to the demands of its own interests in the ongoing nation-building process.”* In: PRUTSCH, Ursula. **Americanization of Brazil or A Pragmatic Wartime Alliance? The Politics of Nelson Rockefeller’s Office of Inter-American Affairs in Brazil During World War II.** Passagens. Revista Internacional de História Política e Cultura Jurídica, Rio de Janeiro: vol. 2 n.4, maio-agosto 2010, p. 186.

²⁴⁵ O contexto brasileiro explorado nesta tese esteve envolto pelo discurso nacionalista que o Estado Novo de Vargas utilizou como justificativa para implementar seus projetos políticos para o Brasil. Desde sua ascensão em 1930, o grande desafio foi a transformação de uma nação culturalmente heterogênea, agrária e fragmentada politicamente, em um país mais industrializado e centralizado sob o ponto de vista político-institucional, dotando-o de uma identidade nacional vinculada a elementos genuínos. A cultura foi utilizada como um dos elementos de aglutinação social, e respaldou-se a partir da apropriação de preceitos fomentados pelo modernismo para buscar uma identidade própria para o brasileiro. As prioridades nacionais, atreladas à construção de uma autoimagem, porém, dividiram espaço com a exaltação, gradativa, da imagem estadunidense. In: CHUVA, Márcia Regina Romeiro. **Os arquitetos da memória: sociogênese de preservação do patrimônio cultural no Brasil (anos 1930- 1940).** Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009; CRAMER, Gisela; PRUTSCH, Ursula (org). **iAmericas Unidas!:** Nelson A. Rockefeller’s Office of Inter-American Affairs (1940-46). Madri: Iberoamericana; Frankfurt: Vervuert, 2012, edição Kindle; SADLER, Darlene J., **Brazil Imagined: 1500 to the Present.** Austin TX: University of Texas Press, 2008.

²⁴⁶ *“More precisely, the discourse of brasilidade, the state-controlled construction of a national identity, implied a measure of resistance to wholesale importation of American values or the American Way of Life as propagated by the OIAA.”* In: CRAMER, Gisela ; PRUTSCH, Ursula. Op. Cit. 2012.

o governo brasileiro, especialmente a partir de sua oficial declaração de guerra ao Eixo, em Agosto de 1942, também estimulou a construção de uma imagem positiva dos Estados Unidos e sobre as possibilidades de erguimento da nação a partir das relações mais íntimas com a terra de Tio Sam. Menções positivas, salientando a amizade e a alegria com que tais países iam estreitando seus laços, foram constantemente veiculados nos meios de comunicação em tempos de DIP²⁴⁷. Dessa forma, quando em periódicos estadunidenses, como a revista *Em Guarda*, ou no material distribuído (como panfletos, mapas, discursos impressos ou mesmo fragmentos de notícias) o país de Roosevelt aparecia como parceiro solícito na construção de um futuro melhor para o Brasil, o ambiente nacional estava mais voltado a esta aceitação.

O trabalho do OCIAA, embora tenha recebido uma atenção maior nos últimos anos, em pesquisas que citamos na Introdução desta tese, ainda carece de uma melhor compreensão, em especial quando falamos dos materiais impressos (panfletos e periódicos) advindos da Press Division, ou Press and Publications. Por demandarem um grau de letramento de seus leitores, pressupomos que, boa parte destes “impressos” estava direcionado aos grupos melhor posicionados, intelectual, político e economicamente. As elites, dessa forma, foram as que mais significativamente receberam e compartilharam das “boas novas” da Política da Boa Vizinhança. Assim, a disseminação de ideias como modernidade (dos Estados Unidos), futuro para o Brasil e de Solidariedade Hemisférica, foram propagadas amplamente por meio de imagens impactantes e discursos jornalísticos muito bem direcionados.

A existência de uma política voltada à sedução do povo latino americano nos aponta que a tarefa por manter a hegemonia (econômica, política e cultural no continente) requereu dos estadunidenses um complexo trabalho. Mostraremos como os materiais impressos que chegavam ao continente e em especial aos brasileiros em sua língua oficial, veiculavam que este modelo de sociedade poderia ser compartilhado com as nações latino-americanas em um pós-guerra, uma vez que a história destas nações dava provas de seguir um natural e efetivo progresso. Pensando em Walter Lippmann e na relação entre

²⁴⁷ CRAMER, Gisela ; PRUTSCH, Ursula. Op. Cit. 2012.

propaganda política e na força que imagens estimuladas pelos meios de comunicação possuem para a condução da opinião pública, refletiremos sobre a Revista Em Guarda (material oficialmente produzido para os interesses do OCIAA) onde apresentava uma sociedade modelar, um caminho único para a modernidade e uma possibilidade ao Brasil: sua equiparação ao ‘vizinho’ do Norte. Os outros periódicos, a Carta Informativa Americana e o The New York Times Overseas Weekly, também superavam o simples objetivo de veicular notícias compiladas dos tempos de Guerra: construíam um ‘inimigo’ comum, descaracterizando-o em suas páginas e reforçando a propaganda daquele povo que representava o seu contrassenso, como se o mundo estivesse dividido entre o “bem e o mal”.

3.1 - A propaganda política e a sua incursão em meio às elites.

Ao nos atermos ao material impresso do OCIAA, especialmente aqueles selecionados para este capítulo: Revista Em Guarda, Carta Informativa Americana e The New York Times Overseas Weekly, a partir do seu conteúdo, que fora apresentado de forma majoritariamente textual e difundido em locais como universidades, comitês regionais de coordenação do OCIAA, especialmente, inferimos que sua disseminação visava um público seletivo: as elites econômicas, políticas e intelectuais de tais nações (embora não excluísse o acesso das camadas mais baixas da sociedade). Esta hipótese passou a fazer sentido, quando verificamos que a prática da propaganda política nos Estados Unidos, em sua história no século XX, estrategicamente havia se voltado, de forma inicial, para estas parcelas da sociedade. Mais uma vez nos valemos do pesquisador Noam Chomsky para o amadurecimento de nossas reflexões, especialmente quando ele mostra que o acesso à informação se torna um facilitador para a absorção daquilo que muitos Relações públicas e publicitários, desejam veicular²⁴⁸:

²⁴⁸ Na década de 1970 (com *Maxwell McCombs* e *Donald Shaw*) surge a chamada “hipótese do agendamento” (*agenda-setting theory*), que parte da defesa que os assuntos mais conhecidos pelas pessoas em determinados momentos, possuem relação direta com aquilo que elas veem constantemente como destaque nos meios de comunicação. Assim, é possível manipular o viés pelo qual as pessoas veem seu mundo, a partir de práticas racionais daqueles que veiculam a

Uma das razões pela qual a propaganda muitas vezes funciona melhor nos escolarizados do que nos incultos é que as pessoas escolarizadas leem mais, então elas recebem mais propaganda²⁴⁹.

Entendemos propaganda política como um conteúdo cujo objetivo visa uma disseminação ideológica, priorizando a manutenção (ou obtenção) do poder a partir do direcionamento da opinião pública a favor do que se pretende implementar por governantes ou grupos vinculados à esfera pública. Ela transpassa os limites da propaganda comercial²⁵⁰, que é voltada aos anseios daquele momento específico e advém “na história moderna, das grandes e sedutoras ideologias e transformações sociais”, que segundo Jean Marie Domenach, pode ser atribuída à Revolução Francesa, o Marxismo, Fascismo, Guerra Fria, entre outros²⁵¹. Entretanto, não se limita a regimes ditatoriais: em tempos de guerra ou paz, as democracias também recorrem a ela. Vista de

informação. In: HOHLFELDT, Antonio. **Os estudos sobre a hipótese de agendamento**. *Revista Famecos*, Porto Alegre, n. 7, p. 42-51, nov. 1997.

²⁴⁹ Texto original: “One reason that propaganda often Works better on the educated than on the uneducated is that educated people read more, so they receive more propaganda”. In: Chomky, apud SNOW, Nancy. **Propaganda, Inc: Selling america's culture to the world**. (3ªed). New York: Seven Stories Press, 2011.

²⁵⁰ Neste capítulo estamos falando especificamente da propaganda política como meio utilizado para cooptação de “mentes” aos ideários estadunidenses. Entretanto, a propaganda comercial também ocorreu neste momento, estando voltada a esta intenção política. Erica Monteiro mostra em sua tese de doutorado que a propaganda comercial esteve sob a orientação atenta do OCIAA. Por meio do *Advertising Project*, empresas que quisessem veicular seus produtos na América Latina deveriam abordar determinadas temáticas em seus anúncios e não destoassem dos objetivos da política da boa vizinhança ou apontassem as divergências de pensamento entre os grupos de seu país. Como forma de manter a publicidade estadunidense em jornais, rádios e revistas latino-americanos, houve um grande estímulo para que, mesmo em tempos de escassez de produtos (muitas empresas haviam convertido sua produção para a causa bélica) a publicidade não saísse de cena, uma vez que fomentavam as garantias de sua retomada no pós-Guerra. Os comitês regionais do OCIAA atuaram diretamente no controle e atração para esta publicidade, que em geral mostrava aos empresários sobre os perigos do Eixo na América; a expansão do setor industrial em países como o Brasil, México, Chile, Argentina e Peru; sobre a aceleração do comércio interamericano e necessidade do fortalecimento de suas marcas, mesmo durante a Guerra. Publicamente, tal publicidade refletiu em propagandas que enfocavam temas já usuais dos outros materiais (não comerciais) veiculados pela agência de Rockefeller: que o programa de “boa vizinhança” era sincero e visava o bem continental; que a contribuição latino-americana ao conflito vinha de seu povo e de seus recursos naturais e que os EUA e suas Forças Armadas eram dignas de credibilidade e superiores, especialmente, à máquina de guerra alemã. In: MONTEIRO, Erica G Daniel. **Quando a Guerra é um negócio**: F. D Roosevelt, Iniciativa privada e relações interamericanas durante a II Guerra Mundial. Curitiba: Editora Prismas, 2014.

²⁵¹ DOMENACH, Jean Marie. Apud. OLIVEIRA, Luis Sergio Porto. **Informação ou propaganda: o que recebemos? O que percebemos?**. Brasília: Thesaurus, 1996, p. 102.

maneira crítica nos Estados Unidos contemporâneo, ela recebe um termo mais sutil, o de “diplomacia pública”²⁵².

Para produzir propagandas eficazes, governantes valem-se amplamente de profissionais qualificados para oferecer ou induzir as pessoas a consumir determinada ideia ou a repetir certas opiniões. O histórico de influência na opinião pública estadunidense por parte de agências ligadas, direta ou indiretamente ao governo, possui um peso determinante sobre os caminhos que esta nação experimentou, seja durante a Guerra Fria, por meio da United States Information Agency (USIA)²⁵³ ou mesmo no pós 11/09/01, onde procurou-se legitimar para o povo estadunidense e para o mundo sobre a necessidade das guerras que se iniciavam no Iraque e Afeganistão. Entretanto, é preciso retroceder um pouco na História para que a origem deste tipo de parceria que se voltava à propaganda política, possa ser determinada.

Foi na Primeira Guerra Mundial que trabalhos voltados à transformação da opinião pública por vias propagandísticas começaram de maneira racionalizada nos Estados Unidos. Woodrow Wilson, que nos primeiros anos do conflito enfatizava publicamente a grandeza do pacifismo e neutralidade de seu país, anos depois, precisou que a incursão de suas tropas no exterior fosse apoiada pela população, que até o momento a rejeitava veementemente. Para convencê-la sobre a importância desta atitude, prontamente foi providenciado uma organização voltada à propaganda, em 1917, conhecida como Committee on Public Information (CPI), que visou tornar mais palatável a entrada dos Estados Unidos na Guerra. Dirigida por George Creel, esta organização voltou-se a duas frentes: a propaganda doméstica²⁵⁴ e estrangeira, com escritórios em

²⁵² Tal rejeição fica nítida em relatórios do OCIAA, onde era sugerido que a palavra “propaganda” fosse abolida oficialmente, com vistas a não fomentar desconfianças em relação ao programa viabilizado na América Latina. Segundo a pesquisadora *Nancy Snow*, mesmo que o termo seja evitado, na prática, a propaganda de objetivo político é uma prática nos Estados Unidos. Tal revelação assustaria muitas pessoas que acreditam na imparcialidade do conteúdo propagado pelos mais distintos meios de comunicação. In: SNOW, Nancy. Op. Cit, 2011.

²⁵³ A USIA foi uma agência independente estadunidense, que vigorou entre os anos de 1953 a 1999, onde visava auxiliar a política externa de seu país por meio de apoio a intercâmbios culturais, auxílio educacional e veiculação de informação. Seu papel, no entanto, foi além, agregando aos seus domínios a venda da imagem dos Estados Unidos a partir de um viés favorável aos interesses privados e governamentais. In: SNOW, Nancy. Op. Cit, 2011.

²⁵⁴ O impacto da persuasão fomentado por *Bernays e Creel*, no pensamento estadunidense em relação aos alemães foi significativo, uma vez que passaram, durante e pós- Primeira Guerra Mundial a serem mais odiados que seu próprio governo, principal foco da ofensiva militar. Para conhecer mais sobre o poder de persuasão da propaganda instituída pela *Committee on Public*

mais de trinta países. Um dos fatos que mais chama a atenção sobre o CPI, foi a apropriação que seus diretores fizeram da influência de pessoas de renome, como recurso imprescindível à legitimação do ideário defendido pela agência. Diversos homens trabalharam para Creel e seus discursos chegaram a mais de 1,4 milhão de pessoas²⁵⁵.

Contando também com o auxílio de homens de negócios, em empresas como Ford, Remington, National City Bank, a difusão de panfletos e fotografias vinculadas aos seus ideais bélicos foram transportados, facilmente, para escritórios localizados no restante do continente americano, que foram utilizados como entrepostos do CPI. Direcionar o foco, primeiramente, para grupos detentores do poder não ocorreu por acaso. Um de seus maiores defensores, e que ficou conhecido como o precursor das “Relações Públicas”, foi Edwards Bernays, autor de vários livros e campanhas de sucesso no mundo publicitário. Famoso inspirador do meio empresarial²⁵⁶ e sobrinho de Sigmund Freud, Bernays evidenciou em uma de suas obras²⁵⁷ que a estratégia utilizada pela

Information (CPI), ver: GREEN, Fitzhugh. *American propaganda abroad*. New York: Hippocrene Books, 1988; SNOW, Nancy. Op. Cit, 2011.

²⁵⁵ Agências britânicas tiveram influência sobre os princípios desta organização (CPI) uma vez que se baseavam na premissa de que influenciar pessoas era o melhor modo para influenciar outras. Assim, no trato com as massas e na reversão da opinião pública sem grandes alardes, era preciso apelar para aqueles grupos que os poderiam persuadir, sem que este ato estivesse explícito. In: SNOW, Nancy. *Propaganda, Inc: Selling america's culture to the world*. (3ªed). New York: Seven Stories Press, 2011. Ver também: KAMALIPOUR, Yahya R.; SNOW, Nancy. *War, Media, and Propaganda: a Global Perspective*. Oxford: Rowman & Littlefield, 2004; SNOW, Nancy; Palast, Greg. *Information War: American Propaganda, Free Speech and Opinion Control since 9/11*. New York: Seven Stories Press, 2003.

²⁵⁶ Edward Louis Bernays (1891-1995) foi considerado o “pai das relações públicas”. Desenvolveu diversos métodos que visavam a transformação da opinião pública a favor de políticas governamentais ou empresas. Dotou de pressupostos científicos seus métodos, com vistas a legitimar modos de persuasão de opiniões. Sobrinho de Sigmund Freud, Bernays em pouco tempo agregou os mais distintos clientes, como a *General Electric Company*; *General Motors Corporation*; *Philco*; *Westinghouse Electric Corporation*; CBS e NBC, entre outras grandes corporações. Suas campanhas publicitárias eram bem-sucedidas, capazes de alterar hábitos e fomentar o desejo por produtos até então desconhecidos e/ou repudiados pelo público. Um exemplo contundente deste poder de persuasão que suas campanhas atingiam foi o estímulo ao tabagismo entre as mulheres, que até o ano de 1929 era associado à prostituição. Relacionando o cigarro ao glamour e à liberdade, Bernays contratou modelos que marcharam em Nova York na Páscoa de 1929 segurando em suas mãos cigarros e a frase “*Torches of Freedom*”. O sucesso foi tão grande que em 1930, a marca de cigarros *Lucky Strike*, atingiu cifras jamais vistas em sua história. In: NYT. “*Edward Bernays, Father of Public Relations And Leader in Opinion Making, Dies at 103*”. Disponível em: <http://www.nytimes.com/books/98/08/16/specials/bernays-omit.html>. Acesso em 20/08/16; SNOW, Nancy. *Propaganda, Inc: Selling america's culture to the world*. (3ªed). New York: Seven Stories Press, 2011.

²⁵⁷ BERNAYS, E. L.. *Crystallizing Pubic Opinion*. New York: Liveright Publishing Corporation, 1961.

propaganda deveria ser construída “(...) pelas elites da sociedade, as minorias inteligentes, para controlar a multidão”²⁵⁸. Este direcionamento proposto por Bernays continuou como uma prática habitual nas décadas posteriores.

Walter Lippmann, contemporâneo de Bernays e de notável expressão nos assuntos voltados à propaganda e opinião pública em seu país, já chamava também a atenção, desde a década de 1920, sobre esta seleção meticulosa da informação advinda de grupos com possibilidade, financeira e política, de condução das massas. Existiria para Lippmann, em democracias bem elaboradas, classes de cidadãos distintas, onde os interesses comuns eram administrados por grupos especializados e inteligentes o suficiente para conduzir opiniões na direção que eles tencionavam. Tal grupo, de papel ativo “na gestão dos interesses públicos”, que organizava todo o processo de produção e distribuição de ideologias, teria a função de conduzir o “rebanho desorientado”, aos caminhos que eles almejavam. A propaganda, para este escritor e jornalista seria uma forma de “(...) ‘construir o consenso’, isto é, obter a concordância do povo a respeito de assuntos sobre as quais ele não estava de acordo por meio das novas técnicas de propaganda política²⁵⁹”. A ideia da construção do “consenso²⁶⁰” (objetivo primordial da propaganda, que por meio da mídia influenciaria no direcionamento da opinião pública), foi sendo maturada nas décadas posteriores. Além de Bernays, os estudiosos Edwards Herman e Noam Chomsky, em *Manufacturing Consent*²⁶¹, discorreram sobre o uso que governos fazem da mídia para a cooptação das massas aos seus ideários políticos. Por meio de uma escrita notadamente crítica às práticas contemporâneas, Chomsky ainda defende que essa persuasão racional do pensamento dos menos

²⁵⁸ Texto original: “(...) American public opinion must be engineered from above by society's few masters, the intelligent minorities, to control the rabble”. In: SNOW, Nancy. **Propaganda, Inc: Selling america's culture to the world**. (3ªed). New York: Seven Stories Press, 2011, versão kindle.

²⁵⁹ LIPPMANN apud CHOMSKY, Noam. **Mídia: propaganda política e manipulação**. Trad. Fernando Santos. São Paulo: Martins Fontes, 2014, versão kindle.

²⁶⁰ Sobre a construção do consenso, ver: CHOMSKY, Noam. **Mídia: propaganda política e manipulação**. Trad. Fernando Santos. São Paulo: Martins Fontes, 2014; HERMAN, Edwards; CHOMSKY, Noam. **Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media**. London: Vintage, 1994; LIPPMANN, Walter. **Opinião Pública**. Tradução e prefácio de Jacques A. Wainberg. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

²⁶¹ HERMAN, Edwards; CHOMSKY, Noam. Op. Cit.

escolarizados e distantes das decisões político-institucionais, acaba por gerar uma democracia construída a partir de uma “sociedade de expectadores”.

(...) As pessoas que têm o poder de verdade são as donas da sociedade, e elas fazem parte de um grupo bem reduzido. Se os membros da classe especializada chegam e dizem: ‘Podemos servir aos seus interesses’, então eles poderão fazer parte do grupo executivo. Mas é preciso agir com discrição. (...) Assim temos um tipo de sistema educacional direcionado para os homens responsáveis, a classe especializada. Eles têm de ser fortemente doutrinados nos valores e interesses do poder privado e da conexão Estado-corporação que o representa. (...) O resto do rebanho desorientado só precisa ser distraído. Desviem sua atenção para outro assunto²⁶².

O escritório de Rockefeller onde seus integrantes (ligados aos gabinetes do governo, à publicidade, ao jornalismo ou mesmo ao mundo dos negócios) possivelmente partilharam deste universo cultural, do qual Bernays ou Lippmann cada vez mais influenciavam sobre os modos de se construir propaganda e manejar a opinião pública. Quando associamos os materiais que seriam entregues no continente, logo percebemos que as grandes parcelas não escolarizadas, não eram seu principal alvo. A “Política da boa vizinhança”, além de uma tentativa de manter sob as hordas estadunidenses as nações latino-americanas durante e no pós-Guerra, foi um meio eficaz para a propagação da ideia de sua supremacia econômica, militar e política a partir de seu apelo, especialmente, focado em nossas elites.

É inegável o impacto das mídias e do conteúdo por elas propagado nas relações sociais²⁶³ e nas visões de mundo adquiridas, em especial no contexto

²⁶² CHOMSKY, Noam. **Mídia: propaganda política e manipulação**. Trad. Fernando Santos. São Paulo: Martins Fontes, 2014.

²⁶³ A partir da segunda metade do século XX, com a emergência de estudos voltados à Semiótica, análise do discurso; História das mentalidades; História Cultural; das teorias construtivistas na Antropologia e nas Relações Internacionais, tornou-se possível olhar para a mídia como um agente significativo, que molda, as práticas sociais a partir de representações sociais. Os olhares da academia sobre a mídia, especialmente neste último quartel do século XX e início do XXI, se expandiram, devido ao alcance dos meios de comunicação e de seu impacto no cotidiano. Algumas pesquisas relacionadas à influência da mídia e sobre representações sociais podem ser enfocadas em: BURKE, Peter; BRIGGS, Asa. **Uma história social da mídia**: de Gutemberg à internet. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006; CAMARGO, Julia Faria. **Mídia e Relações Internacionais**: lições da invasão do Iraque em 2003. Curitiba: Juruá, 2009; CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2012 e **A conquista da opinião pública**: como o discurso manipula as escolhas políticas. São Paulo: Contexto, 2016; CHARTIER, Roger. **A história cultural. Entre práticas e representações**. Tradução Maria Manuela Galhardo. Lisboa: Difel; Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1990; MOSCOVICI, S. **A representação social da psicanálise**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

que estudamos. A maneira pelo qual as pessoas constroem determinada “realidade” e se comportam em seu cotidiano, são decorrentes, muitas vezes, dos recortes propiciados por estes veículos de informação e comunicação. Em uma via inversa, tais interferências também ocorrem à medida em que o universo cultural do público propicia sob aquilo que é produzido pelas mídias. Portanto, ao buscarmos compreender como o OCIAA, escritório público/privado dos Estados Unidos, construiu uma imagem de superioridade de seu país para os brasileiros (especialmente para as elites) e, em contrapartida, anseios advindos do universo cultural e cenário político latino-americano interferiram na elaboração do conteúdo disseminado, passamos a compreender de maneira mais enfática, sobre as nuances desta nação, que buscou, por meio da manipulação consciente da informação, vender a provável imparcialidade ou mesmo altruísmo de sua “nova” diplomacia.

3. 2 - O OCIAA no Brasil.

No primeiro domingo do mês de janeiro de 1941, o jornal carioca, Correio da Manhã, trouxe, ao lado de suas notícias habituais, uma reportagem bastante otimista em relação às relações comerciais e culturais entre Brasil e os Estados Unidos. O autor era o estadunidense Donald (Don) Francisco, integrante da comitiva do OCIAA nas atividades voltadas ao rádio e antigo presidente da agência de publicidade de Chicago, Lord and Thomas. Para Don Francisco, a importância do recém estabelecido “Escritório do Coordenador das Relações Comerciais e Culturais entre as Américas” em seu país, como esforço do Departamento de Estado em estimular as relações entre as nações americanas, consistia em fortalecer os laços de amizade e a mútua compreensão entre tais povos.

Não há que se sobreponha a uma compreensão direta de um povo como meio de fortalecer os laços de amizade. Se, porém, não nos é possível visitar uns aos outros e conversar uns com os outros pessoalmente, podemos, entretanto, aprender a conhecer melhor uns aos outros por meio da imprensa, do rádio, do cinema e outros meios de comunicação. Voltarei ao meu país(sic) levando um conhecimento mais amplo da indústria, da vossa vida social, vossa hospitalidade e vossa atitude para com o nosso povo, afim de que eu possa

incrementar uma compreensão recíproca entre o povo dos Estados Unidos e o povo do Brasil²⁶⁴.

Sua visita ao Rio de Janeiro e a outros locais da América do Sul, fazia parte de um mapeamento meticuloso estimulado por Rockefeller para que ramificações da agência acima citada, que ficou conhecida no Brasil como “Comitê do Coordenador de assuntos interamericanos”, pudesse desempenhar seus objetivos em prol da defesa nacional dos Estados Unidos, que buscava, por vias sutis, melhorar sua imagem no continente e neutralizar a influência cultural e econômica da Alemanha, principalmente, utilizando-se da boa impressão que programas de apoio financeiro voltados ao desenvolvimento da indústria de base no Brasil; intercâmbio de estudantes entre as Américas; programas de saúde pública ou disseminação de produtos culturais, pudessem trazer para esta nova via de sua diplomacia, que pelo discurso de aproximação cultural, transformava-se em um *soft power*. Na prática, este conhecimento mútuo, como o defendido por Don Francisco, adquiriu nuances que privilegiaram os Estados Unidos, idealizador desta política, diante das demais nações americanas.

Segundo consta na documentação analisada²⁶⁵, a união de esforços entre estadunidenses e brasileiros, resultou em parcerias de grandes empresários, dos mais distintos setores, nacionais ou internacionais. Entretanto, na alta cúpula do OCIAA no Brasil, a quantidade de estadunidenses em papéis de liderança foi majoritário, uma vez que seu “comitê central de coordenação” agregava: Earl G. Givens (General Electric, S.A); Wingate M. Anderson (Standard Oil of Brazil); George F. Muffsmith (Light and Power Co.); Harry F.

²⁶⁴ Correio da Manhã. “Para maior incremento das relações culturais e comerciais entre Brasil e Estados Unidos”, 05 de Janeiro de 1941. Disponível em: <
http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=089842_05&PagFis=3374&Pesq=nelson%20rockefeller> Acesso em: 05/08/2016.

²⁶⁵ Em maio de 1943, a agência comandada pelo herdeiro bilionário dos Rockefeller, compilou alguns dados referente à sua atuação no Brasil. Tal registro não era novidade, uma vez que, se hoje podemos ter acesso ao vasto material utilizado nas Américas durante a vigência da Política da Boa Vizinhança, foi pelo registro de milhares de memorandos, mapas, pesquisas de opinião pública, relatórios, panfletos, revistas ou vídeos, que foram produzidos maciçamente por esta agência que tencionava levar a ideia de Solidariedade Hemisférica aos povos tidos como vulneráveis ao nazismo. Este relatório, especificamente criado para o registro das atividades do OCIAA no Brasil, mesmo que parcial, nos leva a pensar sobre a complexidade e a vastidão deste projeto estadunidense e sobre os bons frutos que esta diplomacia cultural pôde colher em um período onde o mundo se encontrava sob armas. In: LOC F2508 U582. “Brazil – Introduction: Political, Geographic. Social and economic conditions”. Activities of the Coordinator of the Inter-american Affairs. Maio de 1943.

Covington (Cia. Expresso Federal); Carl Lincaid (Advogado); Frank P. Powers (Panair do Brasil); C. H. Wiseley (National City Bank of New York) e Frank G. Irwin (secretário executivo). Tais homens advinham, em praticamente sua totalidade, das fileiras de grandes empresas estrangeiras e que possuíam diversos de seus produtos e/ou filiais, em solo brasileiro.

Para ser melhor direcionado e abranger os mais amplos campos, o OCIAA esteve dividido em subcomitês de coordenação: Comitê de Rádio; Comitê de Relações Culturais; Comitê de Esportes e Relações Pessoais; Comitê de Imprensa e Publicações; Comitê de Cinema e Comitê financeiro²⁶⁶. Também esteve em operação duas divisões voltadas à saúde pública e ao suprimento de alimentos. Em cada nação latino-americana, onde havia um comitê central de coordenação, vários subcomitês eram instaurados em suas maiores capitais ou cidades de grande porte, onde alianças com pessoas ligadas a bancos, empresas e demais ramos de liderança, eram estabelecidos²⁶⁷. O Brasil possuiu subcomitês em São Paulo, Bahia, Recife, Natal, Fortaleza, Belém, Manaus, Curitiba, Vitória, Santos, Florianópolis, Belo Horizonte e Porto Alegre, estando sua sede principal, o comitê central de coordenação, na Avenida Graça Aranha, número 182, no Rio de Janeiro. Até março de 1944 fora presidido pelo conhecido Berent Friele e posteriormente por Frank Nattier²⁶⁸, que desde agosto de 1941, ano da instauração deste “Escritório Interamericano”, já participava, ativamente, de suas atividades. Além do comitê central, o de São Paulo possuiu um papel expressivo e foi dirigido, a partir de 1943, por Arnold Tschudy, gerente da General Motors e presidente da Câmara Americana de Comércio (American Chamber of Commerce), ambas paulistas.

A divisão brasileira do OCIAA desfrutou de uma significativa independência para a execução de suas funções. Nos anos em que esteve em funcionamento, não ficou subordinada à Embaixada dos Estados Unidos, por ter

²⁶⁶ LOC F2508 U582. “Brazil – Introduction: Political, Geographic. Social and economic conditions”. Activities of the Coordinator of the Inter-American Affairs. Maio de 1943, p. 1.

²⁶⁷ CRAMER, Gisela; PRUTSCH, Ursula. **Nelson A. Rockefeller’s Office of Inter-American Affairs** (1940-1946) and Record Group 229. Hispanic American Historical Review, Duke University Press, November, 2006, p. 792.

²⁶⁸ Seguindo as orientações do coordenador do OCIAA, *Berent Friele* e *Frank Nattier* vieram ao Rio de Janeiro, em uma visita praticamente sigilosa, onde tinham como intuito o estabelecimento de parcerias comerciais e culturais, com o objetivo de posteriormente estabelecer a seção brasileira da agência interamericana. In: LOCHERY, Neill. **Brasil: os frutos da Guerra**. Tradução de Lourdes Sette. 1ª ed. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2015.

sido reconhecida pelo Ministério das Relações Exteriores do Brasil como uma instituição autônoma, vinculada diretamente a Washington. Segundo Prutsch, esta sua maior independência agilizou a produção de listas negras (relatório de pessoas ligadas direta ou indiretamente aos programas nazistas) e possibilitou o mapeamento dos materiais estratégicos abundantes na região, bem como no levantamento das condições estruturais brasileiras, que em suas propagandas (sempre otimistas), seriam ícones de uma guinada de seu potencial econômico²⁶⁹.

Ficou à cargo da agência comandada por Rockefeller, a intermediação da produção audiovisual, como filmes e documentários, com temática referente à América Latina²⁷⁰. Alguns cineastas de renome foram escolhidos para tal empreitada. Julien Bryan assinou uma substancial quantidade destes filmes, que voltados ao ideal pan-americano, narravam, a partir de suas visões e de suas breves estadias, a “realidade” dos latino-americanos²⁷¹. O famoso Orson Welles, produtor, diretor e intérprete do filme “Cidadão Kane” (tido como uma das grandes obras-primas do cinema), foi convidado em 1942 para vir ao Brasil e produzir um documentário que acabou por priorizar jangadeiros cearenses, que um ano antes haviam chegado ao Rio de Janeiro por mar, para reivindicar direitos previdenciários. It’s All True, que seria um relato sobre este Brasil ainda desconhecido, ficou inacabado após Welles ser dispensado de sua tarefa, que

²⁶⁹ PRUTSCH, Ursula. **Americanization of Brazil or A Pragmatic Wartime Alliance? The Politics of Nelson Rockefeller’s Office of Inter-American Affairs in Brazil During World War II.** Passagens. Revista Internacional de História Política e Cultura Jurídica, Rio de Janeiro: vol. 2 n.4, maio-agosto 2010, p. 195.

²⁷⁰ Tais filmes, auxiliavam, sobremaneira, o programa do governo estadunidense. O poder de suas imagens foi levado em consideração pelo OCIAA, que viu na difusão em ambientes longe das salas de cinema, um local propício para sua propagação. Assim, universidades, escolas ou instituições culturais passaram a receber, em especial nos Estados Unidos, a mensagem “em movimento” da boa vizinhança. Entre eles, podemos destacar: *Americans All*; *Argentine Primer*; *Brazil Fishing School*; *Cuernavaca*; *Good Neighbor Family*; *A Line From Yucatan*; *Mexico Built A Democracy*; *Mexico City*; *Mexican Moods*; *Montevideo Family*; *Orchids*; *Pan-American bazaar*; *Patzcuaro*; *People of two worlds*; *Roads South*; *South of the Border*; *Sundays of the Valleys Mexico*; *Venezuela Moves Ahead*. In: NACP, RG 229, box 395, 3. **“Report of CIAA films used in April 1944”**. Department of audio-visual education, Portland Oregon.

²⁷¹ Entre tais produções, podemos destacar o filme *Americans All*, de 1941, produzido por Julien Bryan. Seu título, como sua primeira mensagem, sinalizava uma proposta de ‘unidade do continente americano’, que até então, nunca havia ocorrido. Em suas primeiras cenas aparecia a seguinte descrição: ““Esta é uma história real sobre as vinte outras Américas ... nossos vizinhos do Sul, sobre quem nós conhecemos muito pouco e que, como nós, são Todos Americanos””. In: **Americans All**. USA 1941 Dir. Julien Bryan Prod. Office of the Coordinator of Inter-American Affairs 35mm (B&W, Sound) 24 min.

decorreu de seu desentendimento com o governo brasileiro e com o próprio Nelson Rockefeller. Walt Disney também desembarcou no Rio de Janeiro, afim de produzir uma animação que descrevesse, “músicas, danças e talvez novos companheiros para o camundongo Mickey e o Pato Donald”, como narrava-se na abertura do desenho “Alô Amigos”, que trouxe pela primeira vez ao cinema, o personagem José Carioca, ou Zé Carioca, a caricatura do malandro brasileiro.

Pelas vias sonoras, especialmente pelas ondas curtas, o OCIAA fez chegar sua mensagem de boa vizinhança aos brasileiros. Os programas eram encomendados pela agência e tinha como diretor geral Don Francisco, que via na radiodifusão uma forma de conduzir a opinião pública à não aceitação da mensagem do Eixo. Havia um consenso sobre o poder que o rádio poderia ter na transmissão dos ideários propostos pela Boa Vizinhança na década de 1940. Porém, o pouco acesso ao aparelho, especialmente daqueles que se encontravam longe dos grandes centros urbanos, era empecilho para que um eficiente projeto fosse consolidado a partir desse meio de comunicação. Entretanto, mesmo que planos de levar tais aparelhos aos confins do país não tenham se efetivado de forma plena, muito foi produzido e muito se ouviu dentro e fora do Brasil, sobre as diversas nuances das Repúblicas americanas²⁷².

Por estar situado no mundo empresarial, Rockefeller realizou parcerias imprescindíveis para seu projeto no rádio. Empresas como NBC e CBS foram cruciais para o desenvolvimento destes programas. A primeira, como citou Tota (2000), reduziu em 50% o preço de seus serviços para que a aproximação hemisférica fosse possível. A programação que ambas as emissoras ofereceram se estendeu de radiojornais a programas de variedades, com entrevistas de artistas de Hollywood, músicas em um *The Hit Parade* e da veiculação de aspectos do modo de vida americano e brasileiro. Alguns programas foram transmitidos aos estadunidenses, estimulando este conhecimento mútuo, como os ouvidos em programas como: *Brazil* e *Visiting our Americas*. Tais produções deixavam transparecer as sutilezas desta cultura onde a rumba não era seu ritmo local e as belezas naturais eram dignas de exaltação. Em contrapartida, aqueles programas dirigidos ao público brasileiro, geralmente enfocava os

²⁷² SOUZA, Marquilandes Borges. **Rádio e propaganda política** – Brasil e México sob a mira norte-americana durante a Segunda Guerra. São Paulo: Annablume; Fapesp, 2004.

estadunidenses a partir de sua superioridade técnica, material e moral. Além de estimular programações voltadas ao conhecimento mútuo (mesmo que estivesse permeado por estereótipos e intenções futuras na região), a Guerra aproximou, ainda mais, o modelo de radiodifusão brasileiro com o dos Estados Unidos²⁷³.

No setor da saúde, vários foram os programas estimulados ou instituídos a partir do OCIAA. O surgimento do SESP (Serviço Especial de Saúde Pública) em 1942 aponta para este aprimoramento de determinados serviços, que por ter sido uma agência bilateral brasileiro-americana, serviu por anos na promoção à saúde pública em regiões deficitárias deste tipo de atendimento, em especial aquelas potencialmente requeridas como produtoras ou extratoras de matérias-primas para o auxílio dos Aliados no front de batalha. Para André Campos, este projeto permitiu que o Estado brasileiro chegasse a lugares distantes, rompendo com a ideia de um varguismo apenas engajado na transformação do espaço urbano²⁷⁴. O cuidado com a saúde visava também, o oferecimento de atendimentos com qualidade superior para seus compatriotas, que se encontravam fora de casa. Havia a preocupação em se construir um hospital de excelência para cuidar dos estadunidenses que passavam a residir, mesmo que temporariamente, no Brasil, justificado pela precariedade dos hospitais locais; pelas restrições de atendimento a estrangeiros e até mesmo pela intenção em propagar e promover os eficientes serviços de sua medicina no país²⁷⁵.

Em um contexto beligerante, especialmente o que envolveu a Segunda Guerra Mundial, onde novas ofensivas ocorriam em breves espaços de tempo e o embate de forças, entre Aliados e Eixo, resultava em campanhas sempre expressivas em número de mortos, feridos e destruição de cidades, a propaganda instaurada na América Latina, refletia estes momentos de vitórias e derrotas dos Aliados. Dessa forma, os projetos e materiais do OCIAA, refletiram estas distintas fases. Em seus primeiros anos de atuação, mais especificamente entre os anos 1941 a 1942, houve uma disseminação da propaganda antinazista, com o monitoramento de suas atividades na América Latina, ao mesmo tempo

²⁷³ SOUZA, Marquilandres Borges. Op. Cit.; TOTA, Antonio Pedro. **O Imperialismo sedutor: a americanização do Brasil na Segunda Guerra**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

²⁷⁴ CAMPOS, André Luiz Vieira de. **Políticas internacionais de saúde na Era Vargas: o Serviço Especial de Saúde Pública, 1942-1960**. Rio de Janeiro: Fiocruz; 2006.

²⁷⁵ NACP, RG 229, box 1221. Minutes of meetings of the coordination's committees. 12 de Agosto de 1943.

em que buscava reconhecer os recursos naturais que serviriam para o esforço de guerra. O apelo à “boa vizinhança” e aos laços culturais que os americanos, supostamente, possuíam, andou paralelo a estes primeiros objetivos, mas somente ganhou força a partir do ano de 1943, no momento em que os Estados Unidos colheram vitórias na frente de Guerra ou que tentavam reverter a antipatia surgida ao seu país, uma vez que o alto preço de combustíveis, açúcar ou leite²⁷⁶ nas grandes cidades brasileiras foi associado ao apoio que Vargas mantinha à guerra Aliada²⁷⁷.

No que tange ao levantamento dos potenciais econômicos e das matérias-primas do Brasil e do restante da América Latina, eles foram realizados em grande quantidade pelo governo dos Estados Unidos, seja pelo OCIAA, ou por outras vias. Muitos relatórios resultaram destas missões, que buscavam compreender a situação econômica e política da região, bem como do histórico de acordos comerciais entre estes países com Washington. A partir de missões técnicas, como a Missão Cooke²⁷⁸, acabou sobressaindo o apurado conhecimento e a maneira metódica como foram contabilizados tais dados. Resultante da preocupação de Nelson Rockefeller em atuar de maneira pertinente na realidade latino-americana, houve um esforço em mapear

²⁷⁶ PRUTSCH, Ursula. ***Americanization of Brazil or A Pragmatic Wartime Alliance? The Politics of Nelson Rockefeller's Office of Inter-American Affairs in Brazil During World War II.*** Passagens. Revista Internacional de História Política e Cultura Jurídica, Rio de Janeiro: vol. 2 n.4, maio-agosto 2010, p. 191.

²⁷⁷ Durante a Segunda Guerra Mundial, os produtos de consumo corriqueiro, que abasteciam a mesa do brasileiro, foram acrescidos de valores acima da média. Em São Paulo, como exemplo desta elevação, entre 1939 a 1945, o custo de vida subiu de 88% a 110%. Entretanto, muito mais especulativo que propriamente originado pela Guerra em si, o preço de tais produtos foi elevado devido à mobilização para o conflito e pela habilidade de comerciantes e industriais, que utilizaram o momento de possíveis restrições para aumentar seus lucros e agir sem restrições no mercado. In: CYTRYNOWICZ, Roney. **Guerra sem Guerra: a mobilização e o cotidiano em São Paulo durante a Segunda Guerra Mundial.** 2ª ed. São Paulo: Edusp, 2002.

²⁷⁸ Missão estadunidense que ocorreu no ano de 1942 a pedido do governo brasileiro, que visou a averiguação técnica das potencialidades do país dentro do contexto da Segunda Guerra Mundial. Ela realizou um diagnóstico das condições locais e contribuiu com a ideia que a troca de conhecimento técnico traria grandes benefícios ao país. Averiguou-se os transportes, combustíveis e energia de maneira minuciosa. Cooke concluiu que o Brasil ainda era muito dependente das importações e seu trabalho não chegou a ser colocado em prática, sendo apenas um diagnóstico de uma realidade ainda distante da idealizada pelo governo brasileiro. Tal relatório esteve sob acesso confidencial até 1948, quando os EUA disponibilizaram seus resultados publicamente. Sobre este relatório e o contexto desta missão, ver: BANDEIRA, L. A. Moniz. **Presença dos Estados Unidos no Brasil.** 2.ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1978; MOURA, Gerson. **Autonomia na dependência: a política externa brasileira de 1935 a 1942.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1980; OLIVEIRA, I. R. **Missão Cooke, Estado Novo e implantação da CSN.** Rio de Janeiro: E_papers, 2003; TOTA, Antonio Pedro. **O Amigo Americano: Nelson Rockefeller e o Brasil.** São Paulo: Companhia das Letras, 2014.

previamente diversos aspectos destes países, afim de buscar a melhor e mais fidedigna compreensão, para a posterior construção de programas que não destoassem da realidade ou que pudessem oferecer motivos para uma contraofensiva da propaganda alemã.

Em uma dessas “visitas”, ocorrida entre os meses de fevereiro a julho de 1941, o professor Clarence Henry Haring, da Harvard University, que previamente pesquisava sobre história e economia latino-americana (após a Guerra publicou a obra de “Empire in Brazil”, 1958), registrou suas impressões sobre quase todas as repúblicas americanas²⁷⁹. O objetivo do relatório do professor era de enviar dados para que os funcionários da American Social Surveys pudessem embasar suas pesquisas de opinião pública e ao mesmo tempo, mensurar a extensão do poder do Nazifascismo na região. Para corroborar com sua pesquisa, os dados colhidos originaram de conversas com nativos ou da análise dos periódicos locais, e muitas vezes indo contra suas concepções, ele mensurava que o nazismo poderia ser menos intenso do que imaginava. Em uma parte dedicada exclusivamente ao Brasil, o professor de Harvard salienta que existiria uma maior disposição às políticas estadunidenses no mês em que sua visita ocorreu, se comparado ao que lhe era narrado nos meses anteriores e que os nazistas não estavam tão fortes como supunha a opinião pública de países vizinhos, como o Chile ou a Argentina. Segundo suas constatações, o local onde as ideias fascistas possuíam mais força era nas fileiras do Exército, porém, ela não poderia ser exagerada²⁸⁰. Arriscando uma estimativa, baseada em suas observações pessoais, por volta de 15% dos oficiais estariam propensos a um apoio do pensamento totalitário²⁸¹.

²⁷⁹ Clarence Haring visitou, com exceção da Bolívia e do Paraguai, as repúblicas americanas, onde ficou de 2 a 4 semanas em cada um destes países. In: NACP, RG 229, box 137, 2. “Summary of Opinion in Latin America: Confidential report”. C. H. Haring. Princeton, N.J.: 1941.

²⁸⁰ NACP, RG 229, box 137, 2. “Summary of Opinion in Latin America: Confidential report”. C. H. Haring. Princeton, N.J.: 1941, p. 43.

²⁸¹ “The strength of the German element in Brazil has been discussed elsewhere. Among Brazilians themselves its influence is supposed to be strongest in the army. In fact it is the popular impression in other countries that the Brazilian military are entirely “sold” to the German cause. From what evidence can be gathered it would appear that this impression is much exaggerated. Perhaps fifteen percent of the officers are in the totalitarian camp; the rest are believed to be friendly to the United states”. In: NACP, RG 229, box 137, 2. “Summary of Opinion in Latin America: Confidential report”. C. H. Haring. Princeton, N.J.: 1941, p. 44.

Nomes influentes do governo Vargas foram apontados, a partir de suas aptidões ou rejeições às políticas de Roosevelt. O primeiro citado foi Eurico Gaspar Dutra (ministro da Guerra) e que segundo especulações, seria admirador do governo Hitler. Para Haring ele poderia ser, futuramente, convidado pelos Estados Unidos para fazer-lhes uma visita formal e assim, conhecer de perto o poder tecnológico e técnico de suas forças armadas. Esta possibilidade abria-se à medida em que Dutra “ (...) dá alguma evidência de tentar ser amigável, mas não sabe muito bem como”²⁸². Outro nome citado foi o de Góes Monteiro, que, por aparentar, ao mesmo tempo uma antipatia às posturas bélicas britânicas, dava mostras de uma simpatia aos “americanos”. A conclusão do autor foi a de que o Exército brasileiro não era fascista ou não estava em vias de ser.

As observações do professor Haring são bastante interessantes, em especial quando a análise da figura política mais importante do Brasil naquele ano de 1940 entra “em cena”: Getúlio Dornelles Vargas. De acordo com este relatório, que relata os rumores sobre as possibilidades de alguns setores do governo brasileiro e de fileiras do Exército estarem propensos a compactuar com os ditames nazifascistas, salienta que não haveria probabilidade do presidente da maior nação da América do Sul estar vinculado a estes regimes, em especial após o episódio de maio de 1938, onde os integralistas conspiraram contra sua vida para tomar o poder do país. Nas palavras de Haring, Vargas não passava de um “(...) oportunista que vai apoiar o lado cuja vitória garanta sua permanência no poder (...)”²⁸³. A continuação da fala deste pesquisador, nos aponta que em pleno “jogo duplo”²⁸⁴ do Estado Novo, que negociava com alemães e estadunidenses, chegavam rumores a Washington sobre esta “artimanha” brasileira para obtenção de vantagens de ambas as nações, via OCIAA, ao mesmo tempo em que apontavam que, cedo ou tarde, sua

²⁸² Texto original: “(...) gives some evidence of wanting to be friendly but of not quite knowing how”. NACP, RG 229, box 137, 2. “Summary of Opinion in Latin America: Confidential report”. C. H. Haring. Princeton, N.J.: 1941, p. 44.

²⁸³ Texto original: “(...) an opportunist who will support the side whose victory insures his remaining in power.” In: NACP, RG 229, box 137, 2. “Summary of Opinion in Latin America: Confidential report”. C. H. Haring. Princeton, N.J.: 1941, p. 44.

²⁸⁴ GAMBINI, Roberto. **O Duplo Jogo de Getúlio Vargas: Influência Americana e Alemã no Estado Novo**. São Paulo: Símbolo, 1977.

unilateralidade seria posta em prática e os Estados Unidos seriam seu importante parceiro econômico²⁸⁵.

Podemos considerar, a partir da exposição de alguns dos dados colhidos pelo pesquisador estadunidense no Brasil, meses antes da instauração oficial do escritório interamericano, sobre a maneira minuciosa com que tais países eram mapeados. Chegava até os articuladores da Boa Vizinhança relatórios bastante abrangentes sobre o cenário político, econômico e social, de cada país. Jornais diários eram lidos de maneira interessada, bem como pessoas dos mais distintos grupos eram atentamente ouvidos (ver o capítulo 2 desta tese), a afim de auxiliar, direta ou indiretamente, na compreensão do contexto que as circundava. Minuciosamente, o emaranhado de ideias, preconceitos ou mesmo estratégias políticas eram processados por diferentes especialistas que buscavam articular um projeto, que não se fragilizasse a partir das disparidades de interesses que envolviam as vinte e uma repúblicas do continente americano.

3.2.1- A propaganda de guerra por vias impressas: a *Press Division* no Brasil.

Como salientou o historiador Antonio Pedro Tota, a “Divisão de Comunicações”, que agregava as seções de Imprensa e Publicações (Press Division e mais tarde, Press and Publications); divisão de rádio, de cinema e de Informação e propaganda, foi a espinha dorsal do OCIAA²⁸⁶. Sua importância deu-se pelo papel que produtos culturais, como, programas de rádio, filmes, revistas e panfletos possuíram na disseminação dos objetivos do programa de “boa vizinhança”. A variedade de materiais oferecidos ao público, tanto

²⁸⁵ Texto original: *“In reality he is friendly to the United States, and his Foreign Office under the able leadership of Oswaldo Aranha is completely so, loyal to the Itamaraty’s tradition of cooperation with Washington. On the other hand, the President has had to play with opposing groups among his own following, maintaining an even balance between them. His occasional “totalitarian” speeches have been intended for home consumption, to steal the thunder of those in the country who cling to the ideas of the former Integralista party – possibly also to rouse the United States from its over-confidence in Pan-American solidarity. As said above, president Vargas has been waiting for the signal from the United States of a clearly-defined policy toward the warring nations. And as the North American position has taken form and precision, he has been slowly maneuvering his own position into line with ours.”* In: NACP, RG 229, box 137, 2. **“Summary of Opinion in Latin America: Confidential report”**. C. H. Haring. Princeton, N.J: 1941, p. 46-47.

²⁸⁶ TOTA, Antonio Pedro. **O imperialismo sedutor: a americanização do Brasil na época da Segunda Guerra**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000, p. 55.

estadunidense quanto latino-americano, visava, especialmente, conforme pudemos inferir em sua análise, atingir o mais amplo público, embora estivesse destinado aos grupos letrados, especialmente às altas parcelas da sociedade. Desde materiais predominantemente escritos, aos majoritariamente imagéticos, fotografias ou motion picture, as mais distintas pessoas receberam a mensagem trazida por Washington, que as conclamava a se unir contra um mal maior (o Nazifascismo), por meio de um desafio: conhecer os demais povos desta América, para muitos, desconhecida.

No Brasil, a Press Division, no ano de 1943, contou com três representantes de campo: o editor estadunidense Richard. H. Hippelheuser, Robert Cramer e Frank Norall (futuro coordenador geral do OCIAA no país), que a lideravam a partir do comitê central do Rio de Janeiro. Semanalmente, possivelmente no prédio situado na Avenida Graça Aranha, reuniam-se membros da Embaixada dos Estados Unidos, integrantes do Escritório de Coordenação e dos subcomitês regionais, para discutir os assuntos pertinentes ao bom andamento de seus projetos. Fazia parte das prerrogativas de Nelson Rockefeller estar à par de tudo o que se planejava e o que se realizava nos outros países onde o escritório sob seu direcionamento funcionava. Nestes encontros, que duravam geralmente, de oitenta a cento e cinquenta minutos, os passos dados ou imaginados destas seções brasileiras eram registradas, com vistas a chegarem, o quanto antes, a Washington/DC²⁸⁷.

Sabemos, conforme ressaltou uma correspondência entre Berent Friele a Nelson Rockefeller, que a divisão brasileira, em seu primeiro ano de trabalho, se deparou com sérias dificuldades para atuar de forma adequada, uma vez que todo o material recebido para ser distribuído nos subcomitês regionais estava escrito, majoritariamente, em Espanhol ou Inglês²⁸⁸, dificultando o acesso às informações a uma população que mal realizava a leitura em seu próprio idioma. Em relação aos temas difundidos, por meio de impressos como panfletos,

²⁸⁷ Toda reunião do comitê brasileiro do OCIAA era detalhadamente registrada e enviada, posteriormente, tal ata para a Coordenação geral situada em Washington. Parte destes registros encontram-se disponíveis no arquivo nacional dos Estados Unidos, na cidade de *College Park, Maryland*. In: NACP, RG 220, box 1221. “*Minutes of meetings of the coordination’s committees: Brazil*”. Rio de Janeiro, 1943 – 1945.

²⁸⁸ CRAMER, Gisela ;PRUTSCH, Ursula (org). **iAmericas Unidas!**: Nelson A. Rockefeller’s Office of Inter-American Affairs (1940-46). Madri: Iberoamericana; Frankfurt: Vervuert, 2012, edição Kindle.

folders, livros ou mesmo por fotografias que seriam publicadas em jornais locais, pode-se verificar que três eram mais recorrentes: difusão da ideia de “boa-vizinhança”; críticas ao Nazifascismo e demonstração do poder militar, econômico, político e moral dos Estados Unidos e dos estadunidenses. O enfoque a este último, nos anos subsequentes à instalação do escritório interamericano no Brasil, demonstra a maneira pela qual o governo Roosevelt articulou seu programa, que ia além de um discurso de auxílio hemisférico, pautando-se especificamente em construir no imaginário latino-americano sua provável superioridade bélica, econômica e até mesmo, cultural.

O material impresso produzido ou intermediado pelo OCIAA, possuiu duas formas de distribuição: direta e indireta. Nesta primeira destacamos os livros produzidos a este fim; as traduções que foram estimuladas para a língua inglesa; os periódicos, como a revista *Em Guarda*, a *Carta Informativa Americana*; o *The New York Times Overseas*; e os panfletos, que chegaram a quase 15 milhões de cópias²⁸⁹. Indiretamente, a informação chegou aos latino-americanos a partir da seleção de notícias que estavam de acordo aos interesses estadunidenses na região e que por meio de reportagens enviadas aos jornais, que não podiam custear notícias daquele contexto, foram compiladas semanalmente no *Brasilian Air Mail feature and Radio Service*. O material jornalístico selecionado visava, entre outros fins, a interrupção do fornecimento de notícias provenientes da Alemanha para estas redações. Cerca de 800 estabelecimentos, dentro e fora dos Estados Unidos, receberam este impresso semanalmente, onde no Brasil sua entrega foi feita por correio aéreo, e que posteriormente eram conduzidos para o seu comitê central de coordenação²⁹⁰.

A partir dos dados colhidos nas atas de reunião do diretório brasileiro do OCIAA, realizadas no Rio de Janeiro, fez-se possível realizar um breve mapeamento dos principais impressos distribuídos. Majoritariamente, eles

²⁸⁹ Donald Rowland e Darlene Sadlier mostram que do montante de 15 milhões destes panfletos, 2 milhões ficaram para utilização nos Estados Unidos. Existiram mais de 60 panfletos diferentes. Destes, os mais famosos foram: “*The Americas United for Victory and Progress*”, “Por Que Nos Armamos” e *Heroes Verdaderos*. IN: ROWLAND, Donald, W. (dir.). *History of the Office of the Coordinator of Inter-American Affairs – Historical Reports on War Administration*, Washington: Government Printing Office, 1947; SADLIER, D. J. *Americans All - Good neighbor cultural diplomacy in world war II*. Austin: University of Texas Press, 2012.

²⁹⁰ LOC F2508 U582. “Brazil – Introduction: Political, Geographic. Social and economic conditions”. *Activities of the Coordinator of the Inter-american Affairs*. Maio de 1943, p. 32.

possuíam uma boa qualidade de impressão (como no caso da revista *Em Guarda*, onde seu material era semelhante a revistas comerciais como a *Life*), atreladas a uma escrita atraente e menos técnica. O objetivo principal, como supomos, seria o de tornar a absorção de seu conteúdo acessível aos leitores, que em muitos casos, não eram portadores de altos índices de escolaridade. Soma-se a esta forma de escrita, sua gratuidade, que, como pressupomos, possui sua justificativa inerente ao contexto: levar a mensagem da “boa vizinhança” ao mais amplo público possível.

No ano de 1943, (período inicial das atas às quais tivemos acesso), quando o escritório estava devidamente estabelecido, uma parte do material distribuído por sua Press Division, estava assentado sobre informações concernentes à saúde pública. Gestantes e mães receberam orientações sobre os cuidados que deveriam manter no nascimento de seus filhos. Alguns destes panfletos abordavam a sífilis e o cuidado que as lactantes, portadoras desta doença, precisavam manter para livrar seus filhos das complicações desta moléstia. As possibilidades que a medicina trazia à época, no que tange à proteção do recém-nascido, ao longo da narrativa, eram enfatizadas. Outros panfletos retratavam o poder ofensivo e defensivo estadunidense, a partir de textos entregues sob os títulos: “Guerra de libertação”, “Armas para a Vitória” e “A Guerra e as Américas”. Corroborando com este propósito e na busca pela legitimação da batalha por parte dos Aliados, que estariam defendendo o mundo das privações nazistas, discursos oficiais de líderes militares e políticos dos Estados Unidos foram traduzidos e distribuídos para latino-americanos. Como alguns destes homens eram desconhecidos por este vasto público, fotografias destes estadistas ou militares de renome eram distribuídos, com o intuito de estampar reportagens, revistas ou demais materiais. O quadro abaixo aponta para os impressos que foram trazidos ao Brasil e posteriormente disseminados nos comitês de coordenação, no ano de 1943.

JULHO E AGOSTO DE 1943:	
Hino nacional brasileiro e dos Estados Unidos	Guerra Nazista
Lutamos para a liberdade	Sonho alemão
Unamo-nos contra a agressão	Itália e América
Carta informativa	<i>Llegadas de nuevas tropas</i>
Revista Em Guarda	Marinha de 2 oceanos
O pensamento Católico	Guerra de libertação
Diário de notícias	Armas para a Vitória
Higiene da gravidez	Fotografias: <i>Roosevelt</i>
Cuidado da criança	<i>Marshall</i>
A criança de 1 a 6 anos	<i>Eisenhower</i>
A Guerra e as Américas	<i>King</i>
Não deixemos o Eixo	Mensagem do embaixador <i>Caffery</i>
A Guerra Ilustrada	3 homens numa selha
<i>War and Peace aims</i>	
Vamos ferir e f. a fundo	

Quadro 9: Material impresso recebido em 1943 pela seção de Press and Publications brasileira²⁹¹.

Informações voltadas à saúde, como a “Higiene na gravidez” ou “A criança de 1 a 6 anos”, continuaram a ser distribuídas em 1944, para diversas mães que, em geral, recebiam tais panfletos educativos em consultórios médicos, universidades ou por intermédio de “algum conhecido” que tivesse acesso a um comitê de coordenação. No entanto, o conhecimento mútuo sobre as outras repúblicas americanas, que aparecia como o grande intuito do programa, acabava realçando sua unilateralidade, quando mensuramos a alta exposição das características que a sociedade estadunidense ganhava nos materiais que chegavam ao Brasil. A começar pela propagação da língua inglesa, que sobrepunha às línguas espanholas ou francesas em materiais com enfoque didático. A distribuição do dicionário bilíngue “Safa-onça” é um exemplo de como ocorria tal preponderância estadunidense²⁹². Ao mesmo tempo, a história oficial dos Estados Unidos, com seus “heróis”, divisões políticas e aspectos físicos, era proporcionalmente superior à das outras repúblicas

²⁹¹ NACP, RG 220, box 1221. “*Minutes of meetings of the coordination’s committees: Brazil*”. Rio de Janeiro, 1943 – 1945.

²⁹² O dicionário Inglês-Português “safa-onça”, foi direcionado aos soldados da FEB, para que estes adquirissem vocabulários básicos necessários à comunicação no 5º exército Aliado, onde estavam agregados no sul da Itália.

americanas, que raramente eram apresentadas aos brasileiros com grande ênfase.

DEZEMBRO DE 1944	
Em Guarda	Bombardeiro nazista
Safa-onça	Outline map
Revista da semana	Rural cultural regions map
Noite Ilustrada	Land use adjustment map
Monthly bulletin	U. S geological map
Diário de notícias	U.S relief map
The New York Times	U. S political physical map
Foto de Roosevelt	Cleartype colorprint map
Brazil, 1943	Fotografia do General Bradley
O aeromodelista interamericano	Brazil introduction to a neighbor
Libertação	Educação nos Estados Unidos
Atlas	Vamos aprender inglês
História dos Estados Unidos	Newsmap
Calendars	Cuidado da criança
Fortaleza voadora	A criança de 1 a 6 anos
Mapa das Américas	Higiene da gravidez
	Comisiones de fomento

Quadro 10: Material impresso recebido em 1944 pela seção de Press and Publications brasileira²⁹³.

Em 1945, especialmente nos meses de junho e julho, o comitê central do OCIAA no Rio de Janeiro, se viu diante de um montante maior de materiais, se comparado aos anos anteriores. Os temas, bastante variados, voltaram-se à saúde pública, em especial da mulher; mostras da ofensiva contra os japoneses; preparo físico das tropas estadunidenses e principalmente, da veiculação de aspectos (não apenas militares) do país de Roosevelt. Fica evidente que, com o passar dos anos e à medida em que as tropas Aliadas vão vencendo no front, o teor do conteúdo propagado nas Américas torna-se favorável à exposição do modo como este povo organiza sua sociedade e vivencia seu cotidiano. Em textos como: “Formas dos governos municipais nos EUA”, “Pintura norte-americana”, “Guia para uso dos brasileiros em visita aos Estados Unidos”, “História de Abraham Lincoln, Thomas Jeferson, Thomas Edison e Benjamin Franklin” ou “Bibliografia e as obras norte-americanas”, fica evidente este caráter

²⁹³ NACP, RG 220, box 1221. “Minutes of meetings of the coordination’s committees: Brazil”. Rio de Janeiro, 1943 – 1945.

didático dos impressos. O conhecimento mútuo entre povos, sempre presente nos discursos oficiais de Nelson Rockefeller ou de demais autoridades da terra de Tio Sam ocorre, porém, timidamente, se comparado ao conhecimento estimulado sobre os Estados Unidos da América.

JUNHO E JULHO DE 1945	
<i>New York Times</i>	<i>Vida de Thomas Jeferson</i>
<i>Brazilian Business</i>	Formas dos governos municipais nos EUA
Safa-onça	Estatísticas das estradas de ferro
Em Guarda	<i>Building America</i>
<i>Brazilian business</i>	<i>Statistical abstract of US</i>
<i>Newsmap</i>	<i>Recording for school use 1942</i>
<i>Lapel Buttons</i>	<i>Adult education</i>
O preparo físico dos Estados Unidos para a Guerra	<i>1945 world almanac and book of facts</i>
Bibliografia e as obras norte-americanas	<i>List of books in English</i>
<i>Educational pamphlets</i>	Gato preto em campo de neve
<i>Teaching of science related to the home</i>	Epopéia Americana
<i>Radio programs</i>	Pintura norte-americana
<i>American flags</i>	Pequena história da literatura americana
Irmãos de armas	Vamos aprender Inglês?
Foto de <i>Lincoln; Roosevelt; Truman;</i>	Antologia de escritores Americanos
<i>Jeferson; Washington</i>	Guia para uso dos brasileiros em visita aos EUA
<i>História de Abraham Lincoln; Thomas Edison</i>	<i>Preliminary list for Libraries</i>
<i>e Benjamin Franklin</i>	<i>Proceedings of the conference of commissions</i>
<i>Globe planosphere</i>	Cuidado da criança
Objetivo Tóquio	A criança de 1 a 6 anos
Os imortais das Américas	Higiene da gravidez
Líderes norte-americanos	

Quadro 11: Material impresso recebido em 1945 pela seção de Press and Publications brasileira²⁹⁴.

Além da distribuição de materiais impressos, a agência foi decisiva para que houvesse um estímulo na tradução de livros, de autores latino-americanos, para a língua inglesa. Com o auxílio do programa Assistance to Latin American Publishers, obras de sucesso regional, puderam chegar às mãos de leitores da terra de Tio Sam, que pouco a pouco, tomavam gosto e interesse, pelos países situados abaixo do Rio Grande. O aumento em determinados programas que visavam este estreitamento de relações e marcavam, de maneira enfática, a

²⁹⁴ NACP, RG 220, box 1221. “*Minutes of meetings of the coordination’s committees: Brazil*”. Rio de Janeiro, 1943 – 1945.

união continental, possuiu relação direta com a entrada dos Estados Unidos no conflito²⁹⁵. Tais traduções, distribuição de materiais didáticos voltados ao conhecimento do latino americano, bem como filmes, programas de rádio e distribuição de panfletos e outros impressos, tiveram, assim, em 1942 um aumento substancial. A editora Alfred A. Knopf, a partir de Alfred e de sua esposa Blanche Knopf, trouxe à tona algumas obras brasileiras para seu público, especialmente por meio da série Borzoi, que evidenciou o trabalho de autores estrangeiros, prestigiados em seus países, mas desconhecidos nos Estados Unidos. Dentre eles, o sucesso, “Terras do sem fim”, de Jorge Amado (The violent land, na versão de Knopf) e “Casa-Grande e Senzala”, de Gilberto Freyre, receberam versões em inglês, possíveis pelo trabalho do tradutor Samuel Putnam. Putnam também traduziu de Euclides da Cunha a obra “Os Sertões” (Rebellion in the Backlands), publicada pela University of Chicago Press²⁹⁶.

Embora celebrado, este interesse por traduções refletiu a intensa propaganda fomentada pelo governo Roosevelt e não somente o apreço voluntário e genuíno pela cultura latino-americana. As traduções motivadas pelos Knopf, foi festejada por brasileiros, como Gilberto Freyre, que viam nesta atitude um reconhecimento do valor da literatura nacional no mercado internacional. Porém, razões distintas motivaram tal empreitada: o interesse crescente de um público que, entusiasmados pelo contexto de aproximação hemisférica, buscava conhecer autores e histórias “estrangeiras”; a pretensão de se lançar algo novo, com conteúdo diferenciado no mercado e principalmente, a integração do casal Knopf a um círculo social que estreitava, intimamente, suas relações a pessoas como o subsecretário do governo Summer Welles²⁹⁷. Como confirmou Livingstone²⁹⁸, em um estudo voltado a estas traduções estimuladas pelo OCIAA, pode-se, assim, considerar que o espaço literário não é neutro das

²⁹⁵ SADLER, Darlene J., **Brazil Imagined: 1500 to the Present**. Austin TX: University of Texas Press, 2008.

²⁹⁶ LOC F2508 U582. “**Brazil – Introduction: Political, Geographic. Social and economic conditions**”. Activities of the Coordinator of the Inter-American Affairs. Maio de 1943, p. 35.

²⁹⁷ Summer Welles facilitou a visita de Blanche Knopf, em 1942, para uma visita à América do Sul, onde chegou como uma espécie de “olheira” do movimento literário da região. In: LIVINGSTONE, Victoria. **Between the good neighbor policy and the latin american “boom”**: brazilian literature in the United States Belas Infieis, v. 4, n.2, p. 115-127, 2015. Disponível em: <file:///C:/Users/Aline/Downloads/16497-51617-1-PB.pdf>. Acesso em: 05/08/2016.

²⁹⁸ LIVINGSTONE, Victoria. Op. Cit.

resoluções políticas, oscilações econômicas ou vivências culturais. Nas décadas que antecederam a Política da Boa Vizinhança, onde havia muito desconhecimento e pouco interesse pelas “outras repúblicas americanas”, as traduções de livros para a língua inglesa, eram ínfimas²⁹⁹. Ligados a membros do governo Roosevelt, pessoas como os Knopf, voltaram seus olhos para autores e obras que estimulariam, por meio de outras frentes, o conhecimento da cultura latino-americana.

Assim como estadunidenses produziram materiais para o continente, brasileiros também colaboraram com este programa, que como salientamos, estava envolto de um entusiasmo coletivo onde as benesses da aproximação cultural continental parecia atingir a todos. Porém, o processo de publicação destas obras ocorria a partir de um rigoroso controle. Tanto o conteúdo, quanto a vida do autor e suas reais capacidades literárias eram verificadas previamente. Como mostras deste rigor, salientemos o caso do advogado e diplomata Oswaldo Orico, integrante do governo Vargas na divisão de Educação Extra-Escolar do Ministério da Educação, que foi um destes autores brasileiros a publicar um pouco sobre o continente. No caso de Orico, uma indicação propiciada por um membro do governo brasileiro foi crucial para que seu trabalho fosse amplamente divulgado e até traduzido para o espanhol. José Malcher, interventor da província do Pará, foi o intermediário entre o autor e o OCIAA, que acabou por escrever um relato endereçado a Edward H. Robbins, salientando seu caráter e seu mérito, necessário para descrever a trajetória de vida de quinze pessoas, de dez países americanos³⁰⁰. A carta trazia uma breve descrição de Orico, que partia de um apelo sentimental (era filho de ferreiro, portanto, um homem de poucos recursos financeiros), a um apontamento positivo sobre suas habilidades literárias e o mais importante, salientava sua amizade com o General Dutra. Um mês após receber esta carta, Robbins recebeu outro pedido, desta vez de Berent Friele e Frank Nattier, na qual sugeriam ao governo dos Estados

²⁹⁹ Os textos latino-americanos mais traduzidos no século XIX eram aqueles voltados a estudos regionalistas e não ficcionais. O argentino Domingo Faustino Sarmiento, a partir da obra, *Civilización y barbarie: Vida de Juan Facundo Quiroga* (1845), chegou aos Estados Unidos por meio de sua narrativa que, segundo deixa transparecer sua tradutora logo na apresentação, conecta-se significativamente ao pensamento europeu. In: LIVINGSTONE, Victoria. Op. Cit.

³⁰⁰ O livro “Homens das Américas: libertadores dos povos do continente”, foi publicado pela editora Getúlio Costa, em 1944.

Unidos que convidasse Orico ao seu país, uma vez que este se encontrava diante da produção de um livro sobre o continente³⁰¹, momento oportuno para mostrar a ele como a terra de Tio Sam funcionava de “verdade”.

Além de panfletos e traduções, a Press Division trouxe alguns periódicos ao Brasil, entre eles destacaremos por hora: o American Newsletter (ou Carta Informativa Americana) e o The New York Times Overseas Weekly. Embora este último não tenha sido uma produção encomendada pelo OCIAA, o consideramos pertinente pelo fato de muitos de seus exemplares terem sido comprados e distribuídos para os integrantes dos comitês regionais, jornais, revistas e rádios latino-americanos. Por vias impressas buscava-se, da mesma maneira, que os demais produtos culturais, consolidassem a hegemonia estadunidense no continente.

Publicada pelo Business Publishers International Corporation de Nova York, a Carta Informativa Americana (ou American News Letter) possuiu uma circulação quinzenal, com média de quatro páginas por fascículo, onde trouxe visões compiladas sobre a guerra destinadas a um grupo restrito de pessoas (cerca de 13.000 no continente)³⁰². Ao contrário dos demais materiais, que possuíam um apelo imagético ou linguagem menos técnica e que dessa forma acabavam circulando em distintas camadas sociais, a Carta Informativa Americana apresentou um conteúdo majoritariamente textual, com exceção de alguns gráficos. Este predomínio da escrita, supostamente, visava atingir um público letrado e vinculado aos setores econômicos e/ou políticos³⁰³. O

³⁰¹ CPDOC/FGV. **Carta de José Malcher a Edward H. Robbins**, 01/08/1941. Disponível em: http://docvirt.com/docreader.net/docreader.aspx?bib=GV_Confid&pasta=GV%20confid%201941.08.01/2. Acesso em: 10/08/2016; CPDOC/FGV. Carta de *Berent Friele e Frank Nattier* a Edward Robbins. 27/09/1941. Disponível em: http://docvirt.com/docreader.net/docreader.aspx?bib=GV_Confid&pasta=GV%20confid%201941.09.27/2. Acesso em: 10/08/2016.

³⁰² ROWLAND, Donald, W. (dir.). **History of the Office of the Coordinator of Inter-American Affairs** – Historical Reports on War Administration, Washington: Government Printing Office, 1947, p. 49.

³⁰³ Entre os assuntos observados com maior frequência na Carta Informativa Americana, damos destaque aos que enfocavam a construção dos Estados Unidos como os defensores hemisféricos e como potência bélica; daqueles que retratavam a América Latina ao mesmo tempo, dependente do auxílio e da liderança estadunidense, uma vez que seriam peça fundamental para o suprimento de matéria-prima, que convertidos em produtos, especialmente voltados à vitória no conflito, tornar-se-iam a grande alavanca para a defesa continental. Outra nuance interessante era o da desconstrução do nazista e recorrência em sua minimização ocorrida pela sua associação a valores, supostamente opostos dos compartilhados pelos americanos; e da construção de uma Guerra global, que poderia chegar, direta ou indiretamente, a todos do planeta, inclusive aos latino-americanos.

diferencial desta carta informativa, segundo seus editores, estaria assentado sob a exclusividade de seu conteúdo que não era comumente propagado pelos demais meios de comunicação. Estampado em sua primeira página, em um cabeçalho azul ou verde, a frase “Informações particulares de circulação no Hemisfério Ocidental”, fazia-se o lema deste periódico. Suas poucas páginas, mas com tópicos distintos, em caráter de síntese ou gráficos, eram justificadas por decorrência de sua natureza: a de ser uma carta aérea. Presente em toda a propaganda integrante da “boa vizinhança”, trazia a ideia de uma “união hemisférica” a partir de suas versões: inglesa, espanhola e portuguesa. O envolvimento entre essas nações era apontado como crucial para a superação do ‘estado de emergência’ ao qual se encontravam e para a consolidação de um pleno comércio entre elas no pós-guerra, que se basearia na igualdade de relações comerciais, conforme a fala de Roosevelt na Convenção Nacional do Comércio Externo, em Nova York: “Não poupemos nenhum esforço para que o comércio internacional se baseie na equidade, na igualdade de tratamento e em mútuo benefício³⁰⁴”. O compromisso dos Estados Unidos ultrapassaria suas fronteiras nacionais e se voltaria para a liberdade mundial.

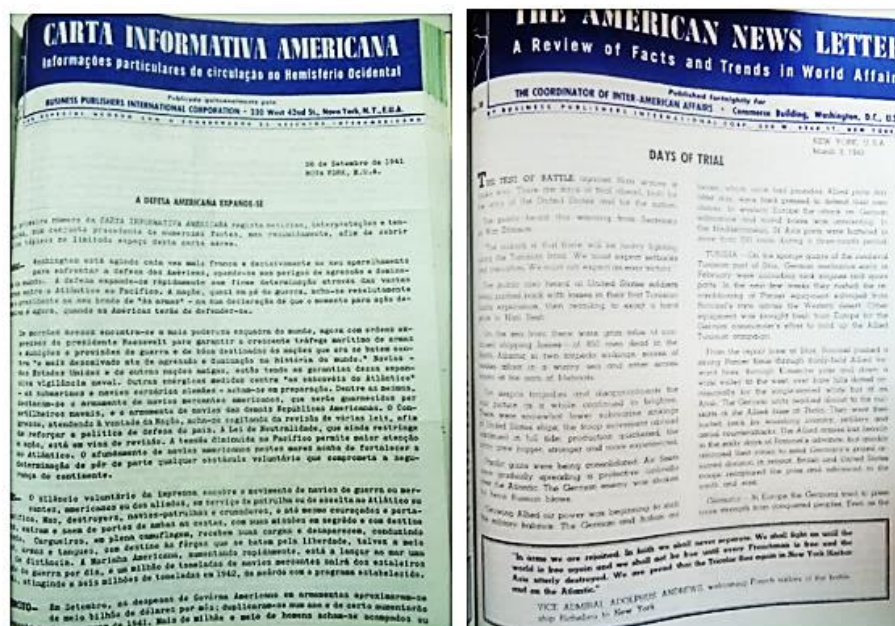


FIGURA 9: Página inicial da “Carta Informativa Americana” e da “The American News Letter”³⁰⁵.

³⁰⁴ Carta Informativa Americana. Nova York: *Business Publishers International Corporation*, 14 de Out. 1941, p.1.

³⁰⁵ Carta Informativa Americana (American News letter). Nova York: *Business Publishers International Corporation*, 1941 -1943.

No entanto, com um discurso mais enfático e voltado a assuntos econômicos, a Carta Informativa Americana mostrava-se como um canal de comunicação àqueles que, direta ou indiretamente, seriam os responsáveis pelos passos políticos e econômicos de países como o Brasil. Os percentuais apresentados em seus artigos eram sempre favoráveis aos Aliados. A intensa produção industrial, voltada expressivamente para a construção do arsenal bélico que servia para a guerra na Europa, era divulgada por meio de gráficos, que mostravam sempre o crescimento, seja da produção, seja da mobilização da sociedade, em prol do conflito ou da obtenção de recursos naturais para a vitória no front de guerra. Vez ou outra, oferecia-se informações que se aproximavam dos demais produtos culturais veiculados neste contexto nas Américas, como as narrativas que salientavam os sacrifícios dos americanos face às necessidades do conflito, e que convocavam, implicitamente, os latino-americanos à suas próprias renúncias diante de uma Guerra que, pouco a pouco, era apresentada como a luta de todos com o ‘mal’ nazista.

Além desta carta aérea, o escritório interamericano coordenado por Nelson Rockefeller, incentivou e auxiliou na distribuição das edições especiais do jornal nova-iorquino *The New York Times Overseas Weekly*, entre dezembro de 1943 a 1945³⁰⁶. Tais exemplares, escritos em inglês e com a narrativa majoritariamente dedicada aos resultados alcançados pelos Aliados nas frentes de batalha, representava uma tentativa de disseminar para, em especial, veículos de comunicação latino-americanos, notícias que poderiam ser usadas como referências para manchetes locais sobre a Guerra³⁰⁷, ou informar os funcionários e demais integrantes do OCIAA que trabalhavam fora de seu país, em seus comitês locais. Com o layout próximo de sua versão tradicional, o “*Overseas Weekly*” deixava a ilha de Manhattan e chegava às mãos, muitas vezes pela primeira vez, de latino-americanos.

³⁰⁶ A edição especial, *The New York Times Overseas Weekly*, voltou-se especificamente à Guerra e tinha como intuito o de ser distribuído para os soldados que se encontravam no *front* de guerra, para que estes se mantivessem informados sobre as perdas do Eixo e das vitórias dos Aliados. Suas edições foram verificadas entre os anos de 1943 a 1945. Edições deste jornal podem ser encontradas no *National Archives at College Park*, situado na cidade de *College Park, Maryland, EUA*.

³⁰⁷ ROWLAND, Donald, W. (dir.). *History of the Office of the Coordinator of Inter-American Affairs – Historical Reports on War Administration*, Washington: Government Printing Office, 1947, p. 56.



FIGURA 10: Primeira página do “The New York Times Overseas Weekly”, em 24 de Dezembro de 1944.

As notícias do conflito trazidas pelo The New York Times Overseas, como se espera de uma edição que buscava melhorar o moral de seus soldados em conflito, mostrou que foi além, uma vez que se transformava em uma propagadora dos resultados conseguidos pelos Aliados, ao exaltar sua força, especialmente dos Estados Unidos, que nestes anos de 1943 a 1945, já colhiam vitórias nas frentes de batalha. Mapas, charges ou fotografias, iam de encontro ao texto escrito; serviam para exaltar a luta e a capacidade deste país em defender o Hemisfério Ocidental e corroboravam, por meio de discursos (textuais ou imagéticos, notoriamente apelativos), com a ofensiva contra o ‘inimigo’ e a associação deste ao ‘mal’ e à ‘selvageria’. Como o jornal estava escrito em inglês e poucas pessoas dominavam esta língua abaixo do Rio Grande, a efetiva compreensão e interpretação das reportagens, possivelmente, ficava em segundo plano frente a observação das imagens, como fotografias, mapas e charges, que tomavam grandes espaços do semanário. A mensagem principal, de uma maneira ou de outra, chegava aos destinatários: o mundo estava em um momento delicado, de privações e incertezas, mas o Brasil, havia escolhido o lado certo. Lado este que cedo ou tarde, seria o dos vitoriosos.

3. 3 - Revista “Em Guarda”: a defesa hemisférica em periódico.

O oferecimento de informações referentes à Guerra foi além do envio de notícias para a imprensa local ou distribuição de panfletos a preços irrisórios ou gratuitos. Um público seletivo recebeu, seja pelos comitês locais de coordenação do OCIAA ou em seus próprios lares, uma revista atraente (por seu número expressivo de fotografias de alta resolução), com capas coloridas e que veiculava notícias sobre a Guerra. Estas seletas pessoas leram sobre a situação dos Aliados em luta contra o Nazifascismo e eram inteiradas sobre o papel que exercia (ou exerceria) os países latino americanos no conflito. A revista “Em Guarda” (na versão portuguesa) ou “En Guardia” (na versão espanhola), foi, sem dúvidas, a maior publicação originada e distribuída pelo OCIAA na América Latina. Quem a idealizou foi Karl A. Bickel, em outubro de 1940, onde propunha a divulgação de um periódico voltado aos ideários do OCIAA, com semelhança estética aos já consagrados *Saturday Evening Post* e a revista *Life* (conhecida no Brasil), onde seria possível transmitir ao público latino-americano nuances da Guerra a partir da visão deste “escritório interamericano” e do Departamento de Estado dos Estados Unidos³⁰⁸. Inicialmente foi pensada uma revista com 32 páginas e de tamanho semelhante aos periódicos da época. Porém, logo foi ampliada para 56 páginas e medidas maiores, a partir da quarta edição. O número de exemplares saltou de 50.000, conforme indicava o projeto inicial, para 80.000 logo na primeira tiragem. Como o seu público seria o latino-americano, houve três versões em línguas distintas: espanhol, português e francês. O número das revistas em português representou, aproximadamente, 25% de seu montante.

Sendo uma revista mensal endereçada, especialmente a pessoas letradas e com alguma afinidade ou interesse pelo conteúdo, havia um razoável tempo para que a leitura de seus artigos fosse concretizada e a observação das diversas imagens que a integravam, fossem visualizadas com atenção. Mesmo estando voltada a um grupo alfabetizado, como os próprios idealizadores ressaltaram³⁰⁹, a imagem fotográfica ganhou grande expressão em suas

³⁰⁸ ROWLAND, Donald, W. (dir.). **History of the Office of the Coordinator of Inter-American Affairs** – Historical Reports on War Administration, Washington: Government Printing Office, 1947.

³⁰⁹ Idem.

páginas, o que nos leva a algumas suposições, como: possibilitar o acesso (ou alguma compreensão do conteúdo) por pessoas iletradas quando visualizavam as fotografias; corroborar com o que era transmitido pelo texto escrito e finalmente, dotar de veracidade os conteúdos veiculados, uma vez que, em uma época onde a manipulação de fotografias ainda era novidade para grande parte da população, um leitor menos habituado, creditaria maior confiança ao que era transmitido imagneticamente³¹⁰.

Embora a publicação estivesse intimamente vinculada ao programa de defesa nacional, que objetivava disseminar a imagem dos Estados Unidos e de seu esforço bélico a outros países, a primeira sugestão de nome dada pelos editores foi “Em Marcha”, que aludiria ao poder ofensivo dos Estados Unidos ou mesmo dos Aliados. O Departamento de Estado, no entanto, viu nesta denominação algo agressivo, uma vez que aludiria, a uma ofensiva militar. Tendo em vista que nestes meados de 1941, seu país não entrara ainda oficialmente no conflito, mostras mais ríspidas em relação ao Eixo poderiam causar problemáticas interpretações, e incitar as hostilidades dos latino-americanos. Dessa forma, foi proposta a alteração do nome do mensário, que passou definitivamente a ser conhecida como “Em Guarda – para a defesa das Américas”, como uma demonstração mais de defesa do que, propriamente, ataque.

Por ser uma revista voltada ao esforço de guerra, com matérias voltadas ao contexto bélico, seu contrato para edição deveria ser renovado a cada ano, o que resultou (pelo prolongamento do conflito mundial) em seus quatro anos de publicação mensal, totalizando 48 edições. A junção público-privado foi uma das

³¹⁰ As imagens são capazes de estimular sensações e sentidos distintos em seus observadores, desta forma, estar atento ao processo de produção e apreensão das mesmas, é fundamental. Imagens pictóricas e fotográficas não são objetivas, porém, nem sempre são vistas assim, o que as torna perigosas armadilhas. Imagens são linguagens, que como tal, expressam os objetivos de seus criadores que vai além da sensível expressão artística. Inseridas em contextos políticos, como o caso desta tese, é preciso estar atento a todos os seus aspectos e possíveis interesses daqueles que as reproduziram. Sobre a imagem, ver: BARTHES, Roland. **Elementos de semiologia**. Tradução de Izidoro Blikstein, São Paulo: Cultrix, 2006; CALADO, Isabel. **A utilização educativa das imagens**. Porto: Porto Editora, 1994 e **Fronteiras da imagem com a palavra – contributo para uma abordagem da representação e cultura visuais**. (Tese de doutorado) Coimbra: Universidade de Coimbra, 2003; FLUSSER, Vilém. **Ensaio sobre a fotografia – para uma filosofia da técnica (filosofia da caixa preta)**. Lisboa: Relógio D'Água, 1998; NOTH, Winfried; SANTAELLA, Lucia. **Imagem: cognição, semiótica, mídia**. São Paulo: Iluminuras, 1997.

marcas deste material que contou com o pessoal do OCIAA, por meio de dois influentes homens: Francis S. Jamieson, chefe da seção de informações e Michael J. McDermott, do Departamento de Estado³¹¹, e por uma parcela do setor privado, a partir da organização e distribuição da Business Publishers International Corporation, subsidiária da McGraw-Hill Publishing Company, Inc. Além de dotá-la de um layout bastante próximo a de revistas comerciais da época, o que possivelmente lhe concederia credibilidade³¹², a editora nova-iorquina possuía *mailing lists* (listas de endereços) de diversas pessoas ligadas, direta ou indiretamente, aos setores econômicos latino-americanos, muitos dos quais, em seus negócios, já possuíam relações comerciais com os Estados Unidos e a quem as revistas foram endereçadas, especialmente.

Dessa maneira, o público de determinados produtos criados pelos articuladores da “Política da Boa Vizinhança”, estava longe de ser, majoritariamente, a ampla massa de tais nações, que na década de 1940, abrigava uma população muito pobre e pouco escolarizada. Esta seleção racional dos materiais a serem distribuídos para cada público, reflete o interesse por manter os setores mais influentes, política e economicamente, sob a égide do vislumbre e da admiração pelos Estados Unidos durante o período da Segunda Guerra Mundial, a partir do contato com materiais de boa qualidade e atratividade narrativa. Assim, buscaremos mostrar o que a elite brasileira, letrada e influente (ou em vias de ser), leu nas páginas da revista *Em Guarda*. Embora não tenhamos documentação que nos possibilite pensar sobre a opinião destes leitores, tais lacunas nos incentivam a encontrar outras possibilidades para a análise. Partindo de seu próprio conteúdo, no que tange à organização de suas matérias e na veiculação de determinadas imagens, os reiterados silêncios e/ou exaltações, podem nos oferecer interessantes pontos de partida, para pensar na tentativa dos membros do OCIAA em mostrar sua nação a partir de uma nuance bastante peculiar.

³¹¹ SOUZA, Carlos de. “**Para la defensa de las Americas**: The Pictorial Magazine En Guardia in Nelson A. Rockefeller’s Propaganda Campaign for Latin America during World War II.” Rockefeller Archive Center Online: Novembro, 2012, p.3. Disponível em: <http://www.rockarch.org/publications/resrep/desouza.pdf>. Acesso em 20/04/2016.

³¹² Idem.

3.3.1 – Textos e imagens para a “defesa das Américas”.

A Política da Boa Vizinhança se deparou com distintos momentos, que se iniciou na década de 1930, quando a Alemanha nazista se organizava enquanto potência política, econômica e militar, até o fim da Segunda Guerra Mundial, com as intenções estadunidenses de manter sob sua égide, os países latino-americanos. As rápidas mudanças que ocorriam diariamente no conflito, influenciavam, como se espera, no conteúdo de artigos, ou em representações fotográficas contidas no interior da revista, refletindo as incertezas e as tentativas do “Escritório de relações interamericanas” em criar um ambiente favorável para que os passos dados pelos Aliados fossem sempre compreendidos como os melhores praticados para as Américas. Em nossa análise sobre esta revista, que ainda é pouco estudada no Brasil ou mesmo no exterior³¹³, por meio de seus artigos, que em média chegavam a quinze por edição, podemos apontar que algumas temáticas iam se repetindo, bem como se transformando ao longo dos anos, influenciadas diretamente pelas distintas fases do conflito. Assim, tendo como pressuposto que a narrativa de *Em Guarda* traz em si diferentes estratégias discursivas adotadas pelo Departamento de Estado e pelo OCIAA, mês a mês, para incitar em seus leitores a crença inquestionável nos Estados Unidos como esperança por dias de paz para o mundo, sua narrativa ganha distintas maneiras de ser concebida, estivesse os Aliados em tempos difíceis ou em momentos de otimismo no front de guerra.

³¹³ Sobre a revista *Em Guarda*, ver as dissertações de mestrado que enfocam a revista como documento e como problemática de pesquisa: LOCASTRE, Aline V. **Projeção do Brasil para o Pós-guerra: A ‘Boa Vizinhança’ estadunidense no Brasil segundo a revista ‘Em Guarda’ (1941-1945)**. Dissertação História, UEL, 2012; SILVA, Julio Cesar dos Santos. **A Construção do Pan-Americanismo na Revista em Guarda: o Olhar Americano pela Defesa das Américas (1941-1946)**. Dissertação de mestrado apresentada à Faculdade de Ciências e Letras de Assis – UNESP, em 2009. Artigos que falam sobre a revista: LOCASTRE, Aline. **As promessas da revista ‘Em Guarda’ para o Brasil no pós-guerra (1939-1945)**. *Antíteses*, Londrina, v. 8, n. 15, p. 488-519, jan/jun 2015; SOUZA, Carlos de. **“Para la defensa de las Americas: The Pictorial Magazine En Guardia in Nelson A. Rockefeller’s Propaganda Campaign for Latin America during World War II.”** Rockefeller Archive Center Online: Novembro, 2012, p.3. Disponível em: <http://www.rockarch.org/publications/resrep/desouza.pdf>. Acesso em 20/04/2016. A revista é citada por estes autores em obras que a abordam em alguns momentos da obra: MOURA, G. **Tio Sam chega ao Brasil**. São Paulo: Brasiliense, 1984; SADLER, D. J. **Americans All - Good neighbor cultural diplomacy in world war II**. Austin: University of Texas Press, 2012; TOTA, A. P. **O imperialismo sedutor: a americanização do Brasil na Segunda Guerra**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

Ela foi lançada aproximadamente três meses antes dos Estados Unidos entrarem oficialmente no conflito (após o ataque a Pearl Harbor) e foi finalizada no ano de 1945, com a queda japonesa a partir das bombas de Hiroshima e Nagasaki. Tendo como projeto inicial o de propagar a mobilização dos Aliados e disseminar a ideia de unidade hemisférica, ao realizar-se uma observação atenta de seu conteúdo textual e imagético, podemos somar a estas motivações a tentativa de se construir positivamente a imagem dos Estados Unidos no continente, focando em sua superioridade militar, econômica, política e cultural. Por meio da constante desconstrução da Alemanha e do Japão, buscou-se, a todo momento, elencar os fatores que diferenciavam seu país dos demais, inclusive dos latino-americanos. Assim, este periódico auxiliou na guinada de uma imagem positiva dos Estados Unidos no restante do continente³¹⁴.

Um dos pontos que possivelmente chama a atenção (tanto por conta dos textos bem articulados e das imagens, sempre bem nítidas e apelativas), diz respeito à comparação dos Estados Unidos aos “inimigos”, que associados aos males construídos como contraditórios de seus preceitos, serviam para exaltar a terra de Tio Sam. Situado em um contexto onde a Alemanha possuía uma capacidade bélica notória, marcando seu poder naquele momento do conflito (1941), buscou-se desconstruir esta supremacia, a partir de narrativas que (sem nenhuma referência documental), elevavam os Estados Unidos, bem como seu poder beligerante. Em uma matéria que abordava as reservas de matérias-primas, das Américas e da Europa nazista, a quantidade de recursos do continente americano ganhou destaque a partir de um esquema, onde, comparadamente, ressaltava-se o déficit de recursos da Europa “alemã”,

³¹⁴ Observações sobre a Revista *Em Guarda* podem ser realizadas a partir de diferentes ângulos, enfocando aspectos distintos, uma vez que suas páginas fomentam inúmeros pensamentos e questionamentos. Podemos assim, apontar algumas possibilidades de estudo que seus temas podem propiciar. São eles: O papel da mulher no conflito; a mostra da mobilização industrial estadunidense; o papel das repúblicas latino-americanas como fornecedoras de matérias primas estratégicas; os heróis anônimos do conflito; as outras “repúblicas” americanas; estadistas latino-americanos; armamentos utilizados pelos Estados Unidos para a Guerra; a cultura das Américas; a união pan-americana; líderes militares estadunidenses; programação das ondas curtas em rádios latino-americanos; a inferiorização das potências do Eixo; a exaltação da democracia como sistema político primaz; a demonização do Nazifascismo; mobilização dos civis estadunidenses; discursos de Roosevelt sobre a Guerra; descrições de algumas campanhas no front de guerra; construção dos Estados Unidos como paradigma de modernidade e do Brasil como país do futuro.

insuficiente em produtos como o cobre, ferro, lã, algodão e a gasolina (ver quadro abaixo):

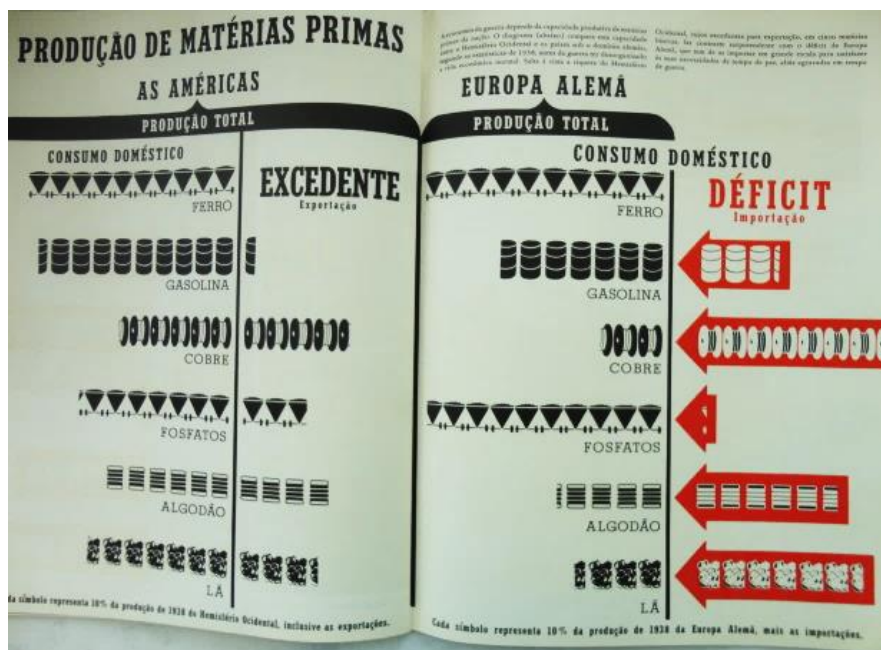


FIGURA 11: Produção de matérias primas³¹⁵.

A forma de narração dos artigos ocorreu preponderantemente em terceira pessoa, que segundo observou Souza³¹⁶, estimulou a inclusão do leitor em diversos momentos do texto, quando, por exemplo, se falava de um inimigo, que supostamente seria o “outro” de ambos, do leitor e do narrador. O elo surgido entre as duas partes e a existência de um terceiro, acabava definindo dois grupos distintos: “nós” e os “outros”. Em uma forma de escrita que supunha imparcial, estereótipos sobre nações pertencentes ao Eixo, eram colocados como uma verdade inquestionável, rotulando japoneses e alemães com adjetivos pejorativos. Ao mesmo tempo em que este “outro” era associado a preceitos tidos como a antítese dos valores que o Ocidente pregava, as diferenças históricas, entre latino-americanos e estadunidenses, surgiam sutis, como se

³¹⁵ Revista Em Guarda. New York: *Business Publishers International Corporation*. Ano 1, n. 2, pp. 41-42.

³¹⁶ SOUZA, Carlos de. "Para la defensa de las Americas: The Pictorial Magazine En Guardia in Nelson A. Rockefeller's Propaganda Campaign for Latin America during World War II." Rockefeller Archive Center Online: Novembro, 2012, p.5. Disponível em: <http://www.rockarch.org/publications/resrep/desouza.pdf>. Acesso em 20/04/2016.

fossem ínfimas e facilmente contornáveis, diante da “monstruosidade” do inimigo. Esta ideia construída de América (em alusão a todo o continente) diluía as disparidades que ainda insistiam em prevalecer. A união entre povos parecia algo inquestionado, constantemente naturalizado e necessário, tornando ínfimas, no nível discursivo, as arestas que vez ou outra, insistiam em apontar.

As primeiras três edições do periódico tiveram um formato distinto das demais. Além do tamanho reduzido, seu conteúdo (que possuiu tradução para o português e espanhol somente), retratou, significativamente, as Forças Armadas dos Estados Unidos, dedicando sua primeira edição à Marinha e um olhar especial, no segundo e terceiro número, ao Exército e à Aeronáutica. Como em uma abertura de um romance, ou mesmo em um filme de ação, tais fascículos introduziam a extensa narrativa que posteriormente viria, onde apresentavam o grande personagem da trama: os Estados Unidos e a sua missão de fazer do mundo um lugar melhor. Suas Forças Armadas, juntamente com todo o aparato militar que advinha de seu esforço bélico, o transformavam em uma das grandes esperanças para o mundo que, lentamente, poderia sucumbir à ganância e atrocidade nazista.

Posteriormente, após essas primeiras edições, a revista *Em Guarda* ganhou maiores tiragens, juntamente com o seu tamanho que ampliou: 25,5 X 35 cm. Nestes fascículos, a propósito, a configuração gráfica e conteúdo diferiram substancialmente dos números seguintes, que a partir deste momento permaneceram praticamente iguais, até a última edição (conforme imagens abaixo). O nome “*Em Guarda*” ficou em destaque em todos os layouts das capas, que recebeu um espaço significativo no topo da página, sempre colorida. O lema, “Para defesa das Américas”, que no primeiro número esteve no rodapé da página, juntamente com a referência à edição dedicada à Marinha, foi inserida abaixo do nome da revista, na terceira edição. Nome e slogan, assim, tornaram-se uma coisa só.



FIGURA 12: Capas da revista Em Guarda³¹⁷.

A primeira edição, como dito, foi dedicada à Marinha dos Estados Unidos. Este exemplar especial, de agosto de 1941, passou por inúmeros ajustes antes de chegar ao leitor, sendo criteriosamente avaliado pela censura e por integrantes do Departamento de Estado, que objetivavam uma narrativa condizente com o propósito do programa de “boa vizinhança”. Ressaltou-se, antes mesmo dos Estados Unidos integrar a frente de batalha no front de guerra, a grandiosidade de suas Forças Armadas perante as demais nações, em especial à Europa Nazista e dos homens e mulheres que incorporavam, civil ou militarmente, sua sociedade. Seu texto evocou a ideia, que ainda estava sendo construída, de “auxílio continental”, principalmente a partir de narrativas que abordavam um “inimigo” que pretendia estender seus domínios para os povos latino-americanos. Segundo seus editores, a publicação deste mensário seria um meio para divulgação dos principais fatos que envolviam o presente e o futuro dos povos americanos e o enfoque na Marinha, era justificado por sua atuação eficiente voltada à reconstrução de um mundo em paz. Corroborando com esta fala, foi inserido um trecho do discurso de Franklin Roosevelt (bem como sua fotografia acima do texto editorial), como era usual ocorrer, como estratégia para dotar de credibilidade o conteúdo que veiculavam. Assim, para conclamar “todos

³¹⁷ Revista Em Guarda. New York: *Business Publishers International Corporation*. 1941 a 1945.

pela vitória”, um trecho do discurso da terceira posse do presidente foi inserida e salientava sua missão como defensor da liberdade no mundo:

(...) A Alemanha declarou que havia ocupado a Bélgica para proteger os belgas dos ingleses. Hesitaria ela em dizer a qualquer nação da América do Sul: Ocupamos seu país para lhe proteger da agressão dos Estados Unidos? ³¹⁸

No que tange à produção industrial para a guerra, a capacidade produtiva dos Estados Unidos, segundo dados da revista *Em Guarda* em: “as máquinas, multiplicam a produção de armas”, estaria relacionada ao tratamento de seus funcionários. Um operário no país teria uma força equivalente a 5 cavalos de potência, possibilitando-o a uma capacidade de produção de 10 máquinas, ao mesmo tempo, como foi bastante recorrente ao longo do mensário, tais dados do diagrama exigiam uma comparação e ela sempre ocorria em relação aos países do Eixo, especialmente à Alemanha, onde nesta citação, seus trabalhadores renderiam a uma força equivalente a apenas 2,5 máquinas. Porém, para justificar esta disparidade, que contrastava com as vitórias alemãs no conflito, salientava-se que o segredo desta superioridade não estaria apenas no fator tecnológico, industrial ou de detenção de matérias-primas, mas sim na capacidade produtiva de seus trabalhadores, que nos Estados Unidos teriam qualidade de vida. Cada trabalhador receberia mais do que o habitual, o que incrementava sua capacidade de produção. O diferencial estadunidense seria, dessa forma, a forma de tratamento de seus trabalhadores, em contraste com a provável exploração e servidão do trabalhador alemão ou japonês.

As comparações não se esgotam nesta reportagem, que foi dedicada ao trabalhador, ou melhor, à forma como o governo e seus empresários os tratavam. Sua qualidade de vida, diferencial da capacidade produtiva, era atribuída à sua jornada de trabalho facilmente conciliável ao lazer e à vida em família, além de sua boa nutrição, propiciada por seu melhor poder de compra. A nível comparativo, uma jornada de trabalho de 1 hora, por exemplo, que na Alemanha possibilitaria a compra de 3,5 alimentos, na Itália comprava apenas 2,5; Inglaterra e Estados Unidos lideravam, embora a primeira, possibilitasse a

³¹⁸ Revista *Em Guarda*. New York: *Business Publishers International Corporation*. Ano 1, n. 1, p. 2.

compra de 4,5 produtos, no segundo, com ampla diferença, o valor oferecido compraria 24 alimentos essenciais para a boa nutrição de um operário³¹⁹.

Férias, diversão entre amigos e vida em família, ambientados em uma vida em abundância. Assim seria a realidade daqueles que lutavam no front interno, que mesmo em sua posição civil, eram mobilizados e pareciam responder prontamente às necessidades de um mundo em armas. As possíveis cenas de um trabalhador em seu cotidiano, que não se limitava à sua rotina dentro de uma fábrica, chegavam por meio de fotografias, como as situadas acima destas legendas: “Os alimentos são bons e abundantes na mesa do trabalhador”, “Com boas jornadas podem ter uma vida feliz e saudável” e “Um jovem norte-americano e sua amiga aproveitam suas férias”.



FIGURA 13: Cotidiano de um trabalhador estadunidense fora de uma fábrica³²⁰.

³¹⁹ Revista Em Guarda. New York: *Business Publishers International Corporation*. Ano 1, n.2, p. 17.

³²⁰ Legenda das imagens: “Os alimentos são bons e abundantes na mesa do trabalhador”, “Com boas jornadas podem ter uma vida feliz e saudável” e “Um jovem norte-americano e sua amiga aproveitam suas férias”. In: Revista Em Guarda. New York: *Business Publishers International Corporation*. Ano 1, n.2, p. 18.

Por meio de um gráfico que produzimos (a partir do levantamento das temáticas que compunham estes três primeiros números do mensário), fica claro que por seu layout, quantidade de páginas e tamanho distinto, acaba sugerindo a tentativa de esboço referente a este projeto que posteriormente foi se solidificando e padronizando. Vê-se que, neste primeiro momento, onde os principais artigos estiveram centrados sobre a extensiva mostra da superioridade bélica dos Estados Unidos, por meio da reprodução de discursos oficiais de líderes políticos e militares da nação, o povo era conclamado ao auxílio hemisférico. O excesso de fotografias referentes às potentes máquinas voltadas ao confronto militar, enfileiradas dentro das fábricas após a sua montagem; sendo ajustadas por felizes e saudáveis operários ou mesmo em posse de militares para serem testadas, reiteravam o nome da revista, que aludia à preparação dos EUA, mesmo que ainda não estivesse, oficialmente, no campo de batalha.

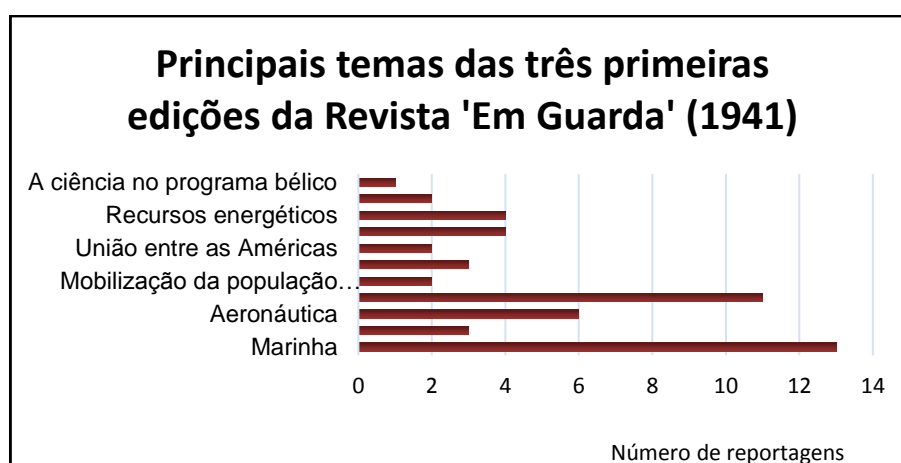


Gráfico 3: Principais temas das três primeiras edições da Revista Em Guarda³²¹.

Passado o momento inicial da revista, que, com um layout distinto demarcou (embora não saibamos se tenha sido intencional) a neutralidade estadunidense dos campos de batalha, seu quarto fascículo chega aos leitores, com o formato que vigorou até a última edição. Na primeira página imprimiu-se uma mensagem de Roosevelt, declarando o estado de guerra do país. Em “A primeira mensagem de guerra do presidente Roosevelt”, as palavras do democrata convocando todos para a luta com o Nazifascismo e a importância da união de forças e de sacrifícios voltados à defesa da democracia e da paz no

³²¹ Gráfico produzido pela autora a partir dos dados colhidos na revista Em Guarda.

mundo, são o eixo norteador. Sua fotografia, capturada durante a assinatura da declaração, reflete sua fisionomia preocupada e compenetrada, características de um líder que, naquele momento, transmitia sua mensagem aos americanos, de todos os cantos do continente, mostrando seu comprometimento com o mundo. A partir da quarta edição, com sua versão definitiva e a declaração formal de guerra por parte dos Estados Unidos, foi possível compreender de maneira mais ampla, a partir de um levantamento quantitativo das reportagens, as modificações pelo qual passou o periódico ao longo dos anos. Como um produto cultural, fruto de seu tempo e com o objetivo específico de informar a América sobre a Guerra, nada mais que compreensível a íntima ligação deste conteúdo a determinados eventos, especialmente aqueles favoráveis às empreitadas dos Aliados. Foi possível agrupar alguns temas gerais, que se repetiam, mês a mês, com maior incidência:

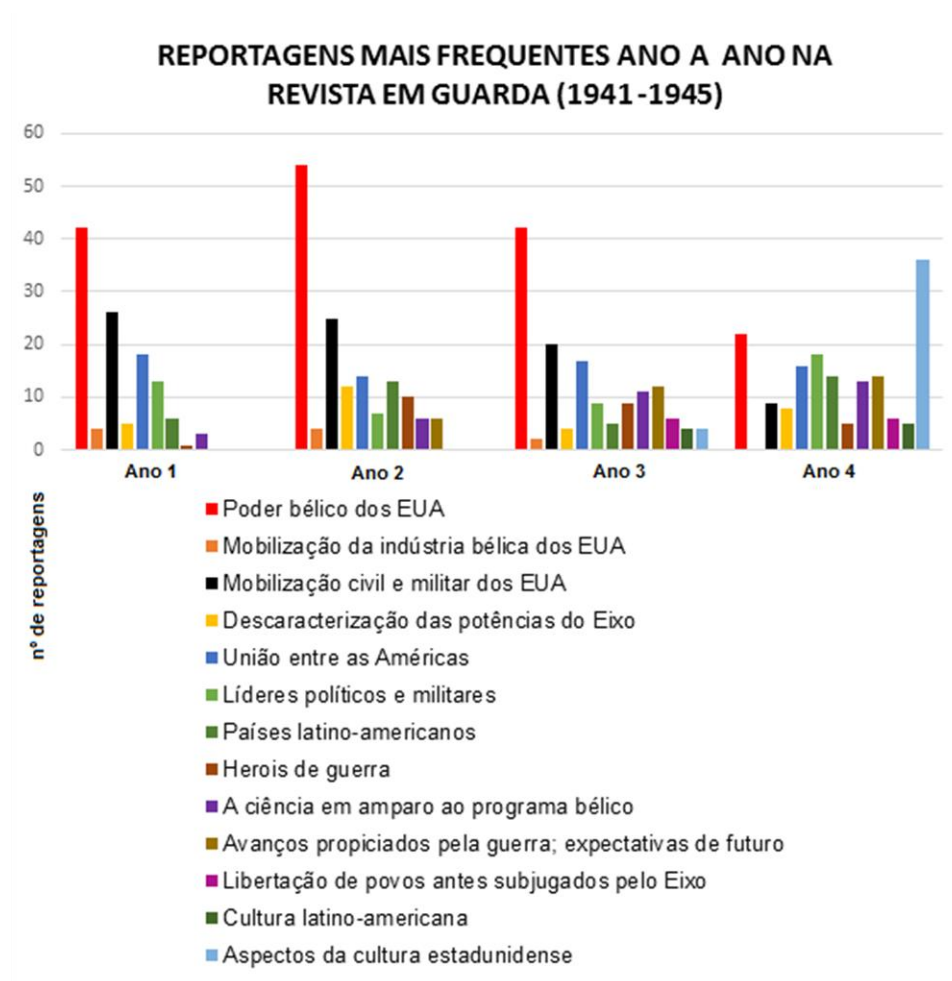


Gráfico 4: Reportagens mais frequentes, ano a ano, na Revista Em Guarda (exceto as edições 1, 2 e 3 do Ano 1) ³²².

³²² Gráfico produzido pela autora a partir dos dados colhidos na revista Em Guarda.

Como vemos, do primeiro ao terceiro ano de edição da revista *Em Guarda* (de agosto de 1941 a agosto de 1944, aproximadamente) o teor das reportagens foi sendo, lentamente, modificado, dada a invasão da Normandia, em 6 de junho de 1944, que juntamente com a vitória soviética em Stalingrado, no início do ano anterior, sinalizavam que os Aliados teriam uma campanha vitoriosa. Nestes três anos iniciais, houve uma exaltação significativa do poder beligerante da terra de Tio Sam a partir de frequentes menções ao seu poder de conversão industrial voltada ao campo de batalha; às mostras do nível de destruição dos armamentos, assim como a quantidade e a rapidez com que eram construídos; da quantificação do arsenal bélico e recursos minerais pertencentes a cada coalizão e especialmente, na mobilização civil e militar, que parecia ter ocorrido sem grandes contestações quando solicitados pelo governo Roosevelt. A contribuição da ciência para a guerra; os diversos heróis que surgiam a cada dia e as expectativas de um futuro melhor no pós-guerra, sinalizavam, que aos poucos, o discurso de ofensiva militar passava a dividir espaço com outras manchetes.

Figuras de grande expressão na política continental, líderes militares anteriormente conhecidos ou que passavam a se destacar em meio ao conflito, ganhavam destaque com matérias voltadas especificamente a eles e às suas decisões, que impactavam na vida de milhares de pessoas. Mas em linhas gerais, nestes primeiros anos de Guerra e de revista *Em Guarda*, o soldado anônimo ou mesmo o civil, que estabelecia novas relações com seu trabalho e alterava seu cotidiano pelo propósito nacional, era diluído em imagens e textos, habitualmente voltados a um corpo social coeso. Em fotografias referentes aos militares em treinamento, por exemplo, o indivíduo se perdia no corpo sincronizado e pouco divergente, do coletivo. A opinião sobre a guerra e sobre as privações pela qual muitos passavam todos os dias, ou mesmo as vidas que eram ceifadas nos campos de combates, eram fragmentadas na ideia de “bem comum”, “necessidade da nação” ou “caminho único para um futuro de paz”.



FIGURA 14: Tropas dos EUA em treinamento em matas do Canal do Panamá³²³.

Neste ínterim, onde mostras de uma sociedade superior ia sendo delimitada, havia espaço também para se destacar o auxílio “indispensável” do restante do continente, ou seja, dos países latino-americanos. Embora saibamos que neste contexto as nações situadas abaixo dos Estados Unidos pouco poderiam contribuir no quesito tecnológico ou econômico, seus recursos naturais eram mostrados como cruciais na contenção do Nazismo. Situado dentro de reportagens otimistas e dotadas de eufemismos que minimizavam o papel coadjuvante neste auxílio “mútuo” hemisférico, países como o Brasil eram salientados como “parceiros insubstituíveis” para a Guerra. E talvez tenha sido essa a maneira mais eficaz de levar a mensagem para os brasileiros: por meio de reportagens bastante otimistas, quando dedicadas ao país, o futuro parecia promissor, bastava acolher o auxílio estadunidense.

A “política da boa vizinhança” foi além de uma parceria continental ou de uma mostra da cultura dos Estados Unidos. Após criar a ideia de que seu modelo social, econômico e político era referencial, o Brasil (na edição escrita em português) ganhava destaque dentre as demais nações latino-americanas e parecia ser o parceiro ideal para tirar proveito deste momento histórico que propiciava uma equiparação de seu progresso. Assim, a disseminação de expectativas de um futuro para o Brasil foi a maneira pelo qual o conteúdo de *Em Guarda* mostrou que não somente por meio da mostra de superioridade da terra de Tio Sam seria possível cooptar forças, mas também por parecer que tal

³²³ Revista *Em Guarda*. New York: *Business Publishers International Corporation*. Ano 1, n.2, P.24 e 25.

progresso era possível de ser atingido. A primeira prova de que tal caminho seguia a passos certos rumo ao progresso era dada por reportagens que destacavam os “canteiros de obras” nos quais originariam a siderúrgica de Volta Redonda e da mineradora de Volta Redonda. Juntamente com fotografias de construções, que se irrompiam em lugares inóspitos, promessas de uma vida melhor eram disseminadas.

No amplo vale do Paraíba, entre o Rio e São Paulo, a pequena povoação de Volta Redonda, à margem da Estrada de Ferro Central do Brasil, é o marco de uma nova era de progresso no Brasil. Nesse lugarejo, a 145 quilômetros da capital da República, milhares de operários ativam a conclusão da gigantesca usina de aço que dará ao problema da siderurgia nacional a solução de grande futuro almejada por todos os brasileiros. E aí que a usina da Companhia Siderúrgica Nacional transformará o carvão e o minério de ferro brasileiros em aço necessário ao vultoso programa de desenvolvimento dos recursos do país³²⁴.

Implicitamente era transmitida a ideia de um progresso que seguiria os passos galgados, anos antes, pelos Estados Unidos e muitas reportagens deram a possibilidade para esta comparação. Em vários momentos foi contado como seus pioneiros ou desbravadores do Oeste, instauraram a civilização sob terras habitadas por “indígenas bravios”, montanhosas ou desérticas. Com engenhosidade, técnica e com personagens heroicos, como os pais fundadores, a realização materializada no presente era justificada. Assim seria o futuro do Brasil. Realizações de curto e médio prazo antecipavam tais previsões. O sucesso da FEB na Itália e o crescimento de seu setor industrial, bem como o combate a doenças tropicais (possíveis com o auxílio do SESP e do OCIAA) e o surgimento de cidades em lugares antes inacessíveis, eram mostrados como uma fórmula de sucesso: implantação de indústrias = crescimento do interior e melhoria dos padrões de vida dos brasileiros³²⁵.

³²⁴ Revista Em Guarda. New York: *Business Publishers International Corporation*. Ano 3, n.3, P.22.

³²⁵ A Revista Em Guarda trouxe em seus artigos voltados ao Brasil, na edição em português, reportagens bastante otimistas em relação ao seu futuro, que neste momento da Segunda Guerra Mundial parecia seguir os caminhos naturais de um progresso material, especialmente quando o objeto da comparação era a terra de Tio Sam. A base para este progresso material seria conseguido a partir da implementação de indústrias, que resultariam em um desenvolvimento das regiões interioranas, afetando diretamente no bem-estar daqueles homens e mulheres que nestas regiões habitavam. De maneira análoga ao crescimento do Oeste dos Estados Unidos, o Brasil parecia seguir estes passos quando punha em prática determinados projetos desenvolvimentistas. In: LOCASTRE, Aline V. **Projeção do Brasil para o Pós-guerra:**

Por meio de uma narrativa jornalística, com fotografias de alta resolução e notícias advindas do front de guerra, um discurso, como podemos verificar, não apenas de “boa vizinhança”, ia sendo delineado. A partir das temáticas diversas, foi possível perceber que a imagem dos Estados Unidos foi apresentada aos latino-americanos a partir de um tripé: de um poder material, moral e intelectual. Seu poder material era representado por meio de reportagens que o exaltavam a partir de sua capacidade bélica e da eficiente mobilização de seus recursos (e de seus vizinhos) para a guerra; sua superioridade moral advinha de seu povo, que possuiria um espírito prático e voltado ao bem do país. Heróis que, na guerra e na paz, desde o mais desconhecido estadunidense até os seus famosos líderes, seriam o diferencial para a tentativa de pacificação do “mundo”; no âmbito intelectual os Estados Unidos eram também demonstrados como mais adiantados, pois a partir da razão, dedicação e determinação, seu povo possivelmente seria capaz de resolver os problemas mais complexos que os afligiam. Nas diversas reportagens que mostravam colégios e universidades do país, sempre era exaltado seu padrão de excelência, que futuramente se converteriam em pesquisas cada vez mais sofisticadas e voltadas para o benefício de todos. O Brasil mesmo timidamente, parecia rumar para este mesmo futuro promissor.

3.4 – A (Des) construção do oponente por meio de imagens e palavras impressas.

Assim como houve a exaltação da imagem estadunidense durante a Segunda Guerra Mundial, propiciado por seu poderoso aparato de propaganda, a descaracterização do projeto político, econômico e dos valores culturais dos oponentes, ocorreu de maneira equiparável. Recursos discursivos eficazes em transformar a opinião pública dos americanos, de norte a sul do continente, serviram para desconstruir o “outro”, acirrando os ânimos daqueles que passaram a temer por seus costumes, suas liberdades e acima de tudo, pela soberania de suas nações³²⁶. Embora estivesse presente em toda a propaganda

A ‘Boa Vizinhança’ estadunidense no Brasil segundo a revista ‘Em Guarda’ (1941-1945). Dissertação História, UEL, 2012.

³²⁶ O historiador *Raoul Girardet* escreveu em uma obra referencial “Mitos e Mitologias políticas” sobre o impacto que tradições religiosas, crenças populares e a mitologia possuem sobre a

do OCIAA, a descaracterização da Alemanha e do Japão efetuou-se por modos distintos em cada produto cultural, abrangendo desde menções indiretas à sua “inferioridade”, a designações agressivas e provocativas. Enquanto na revista *Em Guarda*, por exemplo, as alusões ultrajantes aparecessem com menor frequência, no *The New York Times Overseas* eram recorrentes. As facetas para inferiorizar o oponente e torná-lo um inimigo perigoso adquiriu formas sofisticadas no desenrolar da Guerra. Não somente citações diretas tencionavam diminuir os, mas também a exaltação dos Aliados e de sua luta pela liberdade, paz no mundo e defesa da integridade da vida humana, automaticamente posicionavam este “outro” em uma via contrária, relegando-o ao mal, à guerra e à escravidão.

Este dualismo, que situava em campos opostos duas nações, foi disseminado largamente pela propaganda da época. Noam Chomsky, em um estudo sobre a Guerra do Vietnã e a propaganda política nos Estados Unidos, debateu sobre as construções dualistas como recurso utilizado para conduzir a população a aderir a projetos governamentais. Para o autor, por meio de “ilusões necessárias e simplificações radicais, emocionalmente poderosas para manter os simplórios ingênuos mais ou menos nos trilhos³²⁷”, os responsáveis pela articulação da propaganda política, souberam manipular discursos sofisticados que induziam parte da população a acreditar irrestritamente naquilo que se buscava salientar. Se levarmos em consideração que a venda de ilusões ou simplificações de ideias já induziam a opinião pública estadunidense desde a Primeira Guerra Mundial, podemos pensar que práticas similares foram utilizadas para descaracterizar alemães e japoneses no contexto da Segunda Guerra Mundial.

construção do discurso político. Ao enfatizar a força que as imagens inconscientes agregam aos discursos políticos o pesquisador aponta que em momentos de crise, tais imagens são potencializadas, fazendo com que determinados discursos tornem-se mais aceitos que em outros momentos. Assim, heróis e vilões são sempre evocados em momentos cruciais da História, onde o primeiro, o líder salvador, será mostrado como o condutor de um povo para a redenção enquanto o “outro” será associado aos pontos negativos, com as qualidades inversas ao seu oponente. O herói habitará, nestas representações, um cenário iluminado e propício a desenvolver um futuro melhor que o presente; enquanto o oponente será o habitante da escuridão e portador do mal. In: GIRARDET, Raoul. **Mitos e Mitologias Políticas**. Tradução: Maria Lúcia Machado. São Paulo. Ed. Cia das Letras, 1987.

³²⁷ CHOMSKY, Noam. **Mídia: propaganda política e manipulação**. Trad. Fernando Santos. São Paulo: Martins Fontes, 2014.

Esta nuance dual da propaganda de guerra fica clara quando olhamos para algumas imagens trazidas pela Revista *Em Guarda*, em seu primeiro ano de circulação. Dispostas em duas páginas, lado a lado, envoltas de bordas brancas e pretas, apresenta-se o “mundo livre” e o “mundo escravizado”. O primeiro alude à terra de Tio Sam, por possuir a bandeira do país em uma das cenas registradas. Nela, exalta-se a liberdade de palavra e a liberdade de culto, juntamente com sorrisos largos de crianças e adultos que não pareciam passar por privações materiais ou por ameaças externas. Na outra página, no “mundo escravizado”, emoldurado com bordas pretas e pessoas de fisionomia triste e resignada, uma igreja em ruínas é posta no centro da cena e um povo sem esperanças parecia padecer, dia a dia. Como esta revista circularia na América Latina, onde a religião católica era predominante na década de 1940, os símbolos católicos cristãos são mostrados (imagem de Maria e a cruz), objetivando, por meio da associação de imagens conhecidas nesta cultura, reforçar o medo naqueles que, não desejavam o mesmo destino.



FIGURA 15: Mundo livre/ mundo escravizado³²⁸.

³²⁸ Revista *Em Guarda*. New York: *Business Publishers International Corporation*. Ano 1, n.8, P.24 e 25.

O estímulo ao medo faz-se uma poderosa ferramenta para a condução da opinião de um determinado grupo social. O “outro” recebia, aos poucos, a caracterização de propagador do ódio e do sofrimento aos povos por ele dominados. Ainda na Revista *Em Guarda*, alguns títulos de reportagem são elucidativos, como: “Paris sob a suástica”; “Sofrimento e destruição”; “A Europa sob Hitler”. Em todas elas, menções ao ódio, ao sofrimento, a destruição, à privação da liberdade são citadas a partir de ideias fáceis de absorver, sem uma exigência, necessariamente, de conceituações intelectuais. Não se discutia assim, os porquês da rejeição às políticas nazifascistas, mas sim, realçava-se, majoritariamente, os malefícios que poderiam impactar os povos sob seu poder.

Transformar o oponente em um inimigo, é a peça-chave para a guinada do apoio de uma população para os objetivos de um governo. Enquanto o primeiro denota a oposição a algo ou alguém, o último alude à negação dos valores de seu rival e traz consigo a aversão, a hostilidade integrada à esta inicial oposição. Um inimigo ganha notoriedade a partir da veiculação de ideias associadas a slogans de fácil absorção, com frases de efeito constantemente divulgadas pelos meios de comunicação. Em uma reportagem que mostra as intenções dos nazistas nas Américas, o título, “Hitler odeia bons vizinhos³²⁹”, leva instantaneamente o leitor, de forma simplificada, a ficar ciente sobre o propósito mais amplo do restante do texto. Ao fundo da escrita, para corroborar com este título, aparece uma imagem que remete a um americano enforcado, próximo à fotografia de Hitler, de expressão encoirada. O medo é o fator decisivo para conduzir pessoas ao apoio de campanhas bélicas, uma vez que, segundo Chomsky, “a população normalmente é pacifista (...) E para instigá-las é preciso amedrontá-las”. Este controle da opinião pública, que visa criar e seguidamente desmerecer o inimigo, passa por um processo racional: “Tudo começa sempre com uma ofensiva ideológica que cria um monstro imaginário, seguida pelas campanhas para destruí-lo”³³⁰.

³²⁹ Revista *Em Guarda*. New York: *Business Publishers International Corporation*. Ano 1, n.10, p.15

³³⁰ CHOMSKY, Noam. **Mídia**: propaganda política e manipulação. Trad. Fernando Santos. São Paulo: Martins Fontes, 2014.

A guinada de oponente a inimigo, reforça-se pelo medo incutido a partir de propagandas bem articuladas, mas não se resume a isto. Como forma de incrementar os motivos que causam o espanto, o receio ou o temor e depreciar o inimigo a ponto de não haver mais dúvidas quanto à sua natureza oposta, faz-se preciso associar os motivos para o “asco” ao arcabouço cultural preexistente na população, que pela assimilação, poderão compreender mais facilmente a mensagem trazida pela propaganda. Em uma charge impressa no *The New York Times Overseas Weekly*, a entidade mais temida dos cristãos, o demônio, que estaria personificado na figura de Hitler, imerge sob o fogo, desaparecendo mais rápido que seu tridente e o *Mein kampf*, que lentamente, também são consumidos pelas profundezas.



FIGURA 16: A ida de Hitler às profundezas do inferno³³¹.

Em um outro exemplo, desta vez retirado da Revista *Em Guarda*, em uma de suas contracapas, a mensagem trazida de união continental, com as bandeiras das vinte e uma repúblicas americanas dispostas lado a lado contra a “agressão nazista”, deixa transparecer que elementos de repulsa no cristianismo são trazidos para referenciar o “inimigo” que neste caso adquire a forma de cobra. A cobra, no livro do Gênesis cristão, foi o animal que personificou o mal e

³³¹ **The New York Times Overseas Weekly**. New York: The New York Times Company. 26 de novembro de 1944.

conduziu a humanidade ao pecado e à sua expulsão do paraíso terreno. Sem nenhuma denominação direta à Alemanha ou Japão, rapidamente o observador pode compreender sua mensagem e sentir-se convocado a lutar contra esta força do “mal”. Vemos assim que não somente os interesses dos produtores destes materiais prevalecia sobre seu conteúdo, mas utilizava-se previamente de referências culturais de seu público, para se construir uma mensagem mais eficaz e convincente.

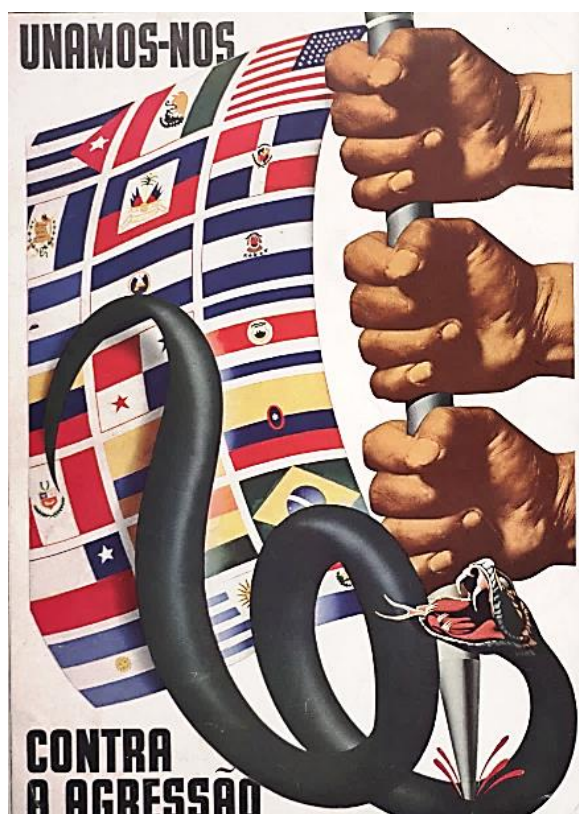


FIGURA 17: Unamos-nos contra a agressão³³².

Visando esta depreciação, diversos adjetivos, de cunho pejorativo, foram atribuídos aos líderes das nações que integravam o Eixo, que “insanos” pareciam ansiar pelo domínio e subjugação de amplos territórios no mundo, colocando em risco a vida de liberdade supostamente encontrada no continente americano. No quadro abaixo, mencionamos algumas destas atribuições recorrentes nas páginas da “Carta Informativa Americana”, podendo ser destacadas aquelas que, novamente, evocam ao imaginário cristão. A cobra “cascavel”, animal

³³² Revista Em Guarda. New York: *Business Publishers International Corporation*. Ano 2, n. 4, contracapa.

peçonhento, de hábito noturno e encontrado em grandes extensões de terra, do México à Argentina, metaforizava os submarinos alemães, que lentamente, causavam “terror” no oceano atlântico. Também fica em evidência a figura do “bandido” e do “dominador do mundo”, o primeiro que precisa ser contido pela lei e o segundo que a tudo pode recorrer para possuir seus objetivos, fomentam, mais uma vez, a sensação de repúdio e de aflição perante este “outro”.

TERMO UTILIZADO	REFERÊNCIA A ...
“Cascavéis do atlântico”	Navios e submarinos alemães
“Dominadores do mundo”	Governo alemão e japonês
“Bandidos de Tóquio”	Governo japonês
“Forças do mal e das trevas”	Nazifascismo

Quadro 12: Termos pejorativos utilizados na Carta Informativa Americana³³³.

O medo foi também disseminado por ameaças sutis, especialmente na “Carta Informativa Americana”, para aqueles homens e mulheres que simpatizassem e/ou contribuíssem para a permanência de alemães em negócios no continente. Por meio de mensagens rípidas e de teor intimidador, os simpatizantes do Nazifascismo eram alertados que estavam sob vigilância e que periodicamente circulavam Listas Negras (relação de pessoas ou empresas consideradas “antiamericanas”) de conhecimento do governo estadunidense. Houve diversas referências a tais listas e a atualização dos números de pessoas ou empresas (que ocorreria toda semana) possivelmente gerava uma expectativa maior naqueles que liam as páginas desta Carta Informativa:

Dois fatos de grande relevância devem ser encarados na análise da última alteração feita na Lista Negra Americana: 1º - A inclusão de várias firmas de indivíduos que, consciente ou inconscientemente serviram de “testas de ferro” para firmas anteriormente incluídas na Lista, procurando assim anular os objetivos da mesma. 2º - A exclusão da Lista, de firmas que já se submeteram espontaneamente a reorganizações, demitindo e eliminando seus empregados e acionistas que se mostravam anti-americanos. Muitas empresas e firmas nos Estados Unidos, que mantinham negócios interamericanos, compreendendo a inexorável significação da Lista Negra, determinaram que seus respectivos agentes e distribuidores cessarem

³³³ Carta Informativa Americana. New York: *Business Publishers International Corporation*. 1941 a 1943.

toda e qualquer transação comercial ou financeira com as firmas ou indivíduos constantes da Lista. Acentuaram ainda o fato ter haver o presidente Roosevelt prevenido que “quem quer que se prestasse a encobrir firmas ou indivíduos bloqueados, seria imediatamente incluído na Lista”. A última alteração, que acaba de ser publicada, inclui uns 300 nomes, exclui cerca de 70, e retifica numerosos nomes e endereços dados à publicidade anteriormente. Correções adicionais serão publicadas periodicamente. A Lista Negra, portanto, inclui agora cerca de 2.000 nomes de firmas e indivíduos com as quais ficam os cidadãos americanos proibidos de manter quaisquer relações comerciais ou financeiras. As novas alterações reforçam e clarificam a determinação americana de impedir que lucros comerciais cheguem às mãos de firmas e indivíduos anti-americanos em todo o continente, e remove obstáculos ao comércio interamericano³³⁴.

O medo incitado na população, parecia não ser compartilhado pela cúpula do governo Roosevelt, que disseminava uma imagem de confiança em seu país e na inferioridade do inimigo. Em um verdadeiro embate de forças, por meio da Press Division do OCIAA, procurou-se salientar seu poder para os povos latino-americanos, mostrando que não existiria temor ao “inimigo” e que suas forças, face a um provável embate, seriam suficientemente superiores:

Não permitiremos que Hitler nos dite quais são as águas em que nossos navios possam navegar. Nem seus submarinos, aeroplanos ou ameaças expulsarão dos mares a bandeira americana³³⁵.

Esta coragem perante o “inimigo” foi se fortificando à medida em que a Guerra na Europa tomou rumos favoráveis aos Aliados. Por meio do deboche e da ridicularização (neste trabalho destacados por charges contidas no *The New York Times Overseas Weekly*), a queda do inimigo ganhou seu contorno bem-humorado e depreciativo. Em uma seção do jornal, intitulado: *The News of the week in review* (As notícias da semana em retrospectiva), uma charge assinada pelo cartunista Peterson do “*In the Sun*”, antigo jornal australiano, mostrava que a pretensão do espaço vital alemão (*lebensraum*) estava se consumindo, juntamente com o líder alemão, à medida em que as posições ocidentais e orientais iam sendo retomadas. Com a frase: *What! No lebensraum?* (O quê! Sem *lebensraum*?), novamente o nazismo era associado ao animalesco, desta vez, em forma de porco, que após sua captura, com semblante assustado, era

³³⁴ Carta Informativa Americana. New York: *Business Publishers International Corporation*. 26 de setembro de 1941.

³³⁵ *Idem*, p. 2.

lentamente assado na fogueira montada pelos Aliados. De um ser peçonhento e traiçoeiro, Hitler e o Nazifascismo receberam as feições sujas e grosseiras de um suíno³³⁶.

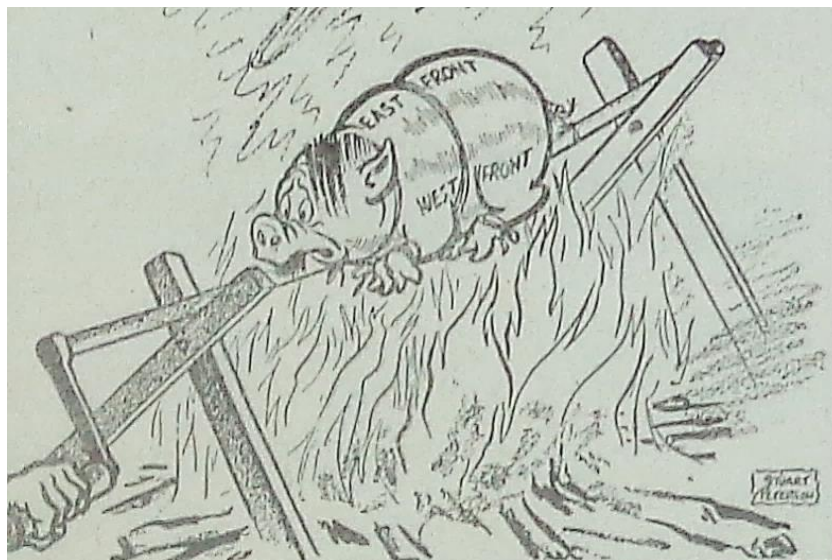


FIGURA 18: Charge - “O quê! Sem lebensraum?”³³⁷

O riso, fomentado neste caso, pelo humor gráfico contido em caricaturas, cartuns e/ou charges³³⁸, visou situar o oponente ao ridículo, à deveras humilhação. Imagens e frases disseminadas neste tipo de produção, que chegavam aos soldados Aliados no front de guerra ou aos comitês de coordenação do OCIAA nas Américas, tencionavam demarcar o posicionamento de seu país (neste caso representado pelos editores e autores do The New York

³³⁶ Animais peçonhentos, venenosos e que habitam a imundície, são comumente associados ao inimigo, ao vilão, em discursos políticos. In: GIRARDET, Raoul. **Mitos e Mitologias Políticas**. Tradução: Maria Lúcia Machado. São Paulo. Ed. Cia das Letras, 1987.

³³⁷ **The New York Times Overseas Weekly**. New York: The New York Times Company. 29 de outubro de 1944.

³³⁸ Embora semelhantes para leitores menos atentos, charges, caricaturas e cartuns diferem entre si. Enquanto o cartum focalize sobre a crítica a costumes, sem necessária relação com o fato; a charge traz críticas sobre a política, econômica ou demais aspectos do cotidiano, porém baseado em fatos reais e a caricatura, a partir da distorção anatômica, também faz críticas acerca de diversos assuntos, entre eles a política. In: GAWRYSZEWSKI, Alberto. **Conceito de caricatura: não tem graça nenhuma**. Revista Domínios da Imagem, Londrina, n. 2, p. 7-26, maio 2008. Sobre a diferenciação de tais expressões artísticas, ver também: AGOSTINHO, Aucione Torres. **A Charge**. São Paulo: USP/ ECA. Tese de doutorado em Artes, 1993; FONSECA, Joaquim da. **Caricatura: a imagem gráfica do humor**. Porto Alegre: Artes & Ofícios, 1999; QUELUZ, Marilda P. **Traços urbanos: a caricatura em Curitiba no início do século XX**. São Paulo: PUC-SP, tese de doutorado, 2002; RAMOS, Paulo. **A leitura dos quadrinhos – coleção Linguagem & Ensino**. São Paulo: Ed. Contexto, 2009.

Times), sobre sua opinião referente à queda, cada vez mais iminente, das potências do Eixo: não se compadecia por eles, mas caçoavam, na tentativa de eliminá-lo definitivamente. Marcelo Romero aponta também que este recurso adotado por especialistas na construção do humor busca aproximar, leitor e autor a um mesmo posicionamento perante um determinado assunto, que facilita a incorporação da mensagem trazida a partir de desenhos atraentes e descontraídos, tornando a crítica mais palatável e com menor possibilidade de rejeição. Tais criações imagéticas, dessa forma, interferem diretamente nos posicionamentos políticos daqueles que compartilham tais mensagens:

O riso, por um lado, desqualifica o oponente político, coloca-o em uma situação desconcertante, submete-o à mordaz humilhação. Por outro, eleva quem o provocou à condição de pessoa com quem o leitor pode, no mínimo, simpatizar e, no limite, tornar-se cúmplice da sua crítica. Provocar o riso intensifica o processo de apropriação da mensagem do desenhista, facilita-o, contribui para a sedução do leitor em favor do ponto de vista de quem profere a narrativa. Mais ainda, torna o primeiro substancialmente menos resistente e mais afeito à crítica elaborada pelo último, favorecendo a conformação do posicionamento político de indivíduos ou grupos sociais capazes de se identificar com o sentido do julgamento presente na linguagem do artista.³³⁹

Além desta representação animalesca, diabólica, opressora ou grotesca o Nazifascismo também era inferiorizado a partir das medidas desproporcionais aos quais os elementos contidos nas imagens eram apresentados. O alemão nazista, que geralmente era associado à figura de Hitler, adquiriu, em muitas representações, um tamanho desigual ao dos Aliados, que além de minúsculo, aparecia como vulnerável, fraco e assustado perante seu rival. Ambos os chargistas, Peterson do “In the Sun” e Hungerford do “The Pittsburgh post-Gazette”, retrataram o líder alemão com tamanho muito pequeno diante do Aliado, que como se pode perceber, possuía um corpo (e força física), metaforicamente, muito maior.

³³⁹ ROMERO, Marcelo. **O governo Fernando Henrique Cardoso na charge de Angeli**: os tons e contornos da crítica política no traço do artista. (Tese de doutorado) Juiz de Fora, 2015, p.52.

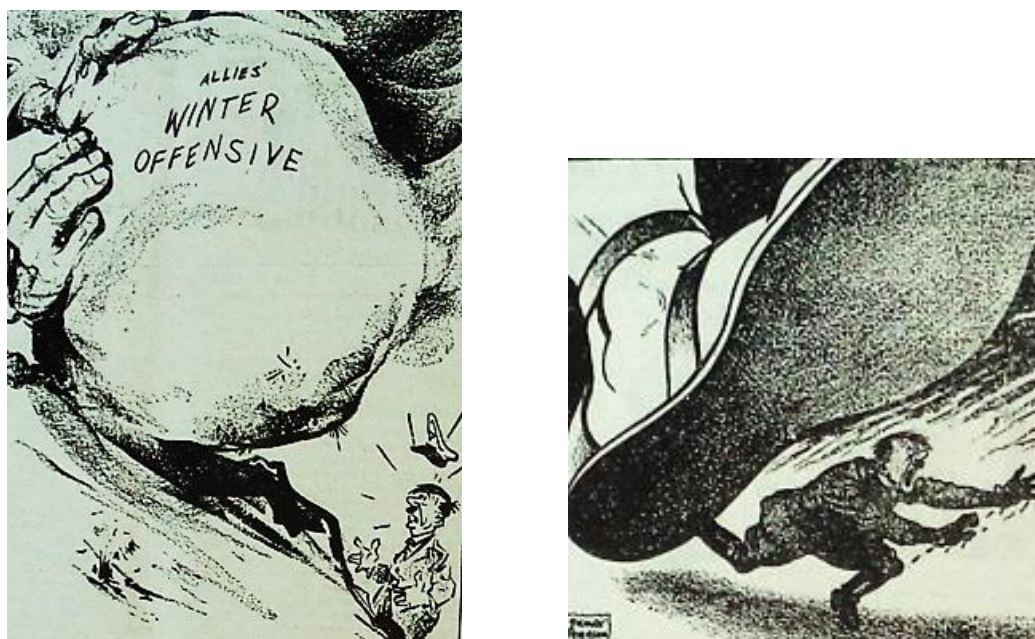


FIGURA 19: Charge - “The big push begins” e “Time, marches on”³⁴⁰.

Em uma última charge, assinada pelo chargista Hugh Hutton, do jornal *Philadelphia Inquirer*, impressa no exemplar da véspera do Natal de 1944, ao representar um duelo corporal entre os combatentes das duas coalizões, retratou-se o nazista, não como um homem, que neste embate de forças, tecnicamente estaria em força proporcional, mas sim, mas como um animal selvagem (um primata enraivecido), que parecia sucumbir a um homem. Mesmo com seus afiados dentes cravados no soldado adversário, ele demonstrava, ligeiramente, que esmoreceria, pois a força de seu adversário parecia não ser minimizada perante sua truculência. Com a legenda, “O que os nossos garotos enfrentam”, a charge visava informar os leitores do *The New York Times* sobre as adversidades aos quais seus soldados passavam no front de guerra. Porém, como estes soldados eram também os leitores do jornal, buscou-se exaltar seu heroísmo face ao inimigo, que mesmo parecendo forte e invencível, não traria, em si, as características essenciais para a vitória: a verdadeira face humana.

³⁴⁰ **The New York Times Overseas Weekly**. New York: The New York Times Company. 26 de novembro de 1944.



Legenda: What our boys face. (O que nossos garotos enfrentam).

FIGURA 20: Charge - “Comunicado do lado ocidental”³⁴¹.

Assim se deu a depreciação do oponente em alguns dos impressos do OCIAA. Alemães e japoneses, em especial os líderes destas nações, tornaram-se mais que meros adversários de um conflito que a cada mês ceifava a vida de milhares de pessoas; eles eram associados a verdadeiros inimigos, dos quais em nada poderiam se parecer com as nações integrantes da coalisão Aliada. Demonstrava-se no discurso da maior parte das reportagens, fotografias ou charges, que estes “inimigos” representavam o mal, o medo e a escravidão, e colocavam em risco a paz em todos os cantos do mundo, por isso, a necessidade de seu combate. Propagado por uma linguagem simples, dualista e com aproximações a elementos do pensamento religioso cristão (preponderante na América Latina), o discurso de aproximação hemisférica ganhava respaldo diante da verificação da natureza vil do Nazifascismo. Os Estados Unidos, ao mesmo, continuavam se autopromovendo, mesmo quando pouco falavam sobre si mesmos.

³⁴¹ **The New York Times Overseas Weekly**. New York: The New York Times Company. 24 de dezembro de 1944.

CAPÍTULO 4

ENTRE VISLUMBRES E EUFORIAS: VIAJANTES E AGÊNCIAS CULTURAIS BRASILEIRAS COMO PORTA-VOZES DO PARADIGMA ESTADUNIDENSE

“A inteligência brasileira adivinhou a América do Norte antes que ela nos conhecesse”.

Pedro Calmon

“Nesta hora histórica para as Américas façamos o Brasil e os Estados Unidos cada vez mais amigos, maiores e melhores para que possam preservar as suas instituições, sua magnífica herança de liberdade. Justamente agora as relações culturais entre estas duas potências das Américas seguem o rumo das já estreitas relações comerciais, tornando-se assim os intelectuais dum país, reciprocamente, conhecidos no outro. Esse movimento será por certo dos mais frutíferos, pois visa unir em apertos laços de amizade os pensadores que são na realidade os que fazem uma nação conhecida, respeitada, e sobretudo compreendida pelas outras”.

Carol Foster, cônsul geral dos Estados Unidos, 1940.

Ao analisar o material trazido do National Archives College Park (NACP), que embasou grande parte desta pesquisa, um relatório interessante (e que quase passou despercebido) chamou atenção. Inserido em meio à documentação referente ao OCIAA, constava um balanço financeiro da “União Cultural Brasil Estados Unidos”, datado de 1943, onde estavam expostos os gastos que tal agência cultural havia tido no pagamento dos professores (muitos estrangeiros), que ministravam, majoritariamente aulas de Inglês em São Paulo. Após pesquisas em periódicos da época, e por meio de contatos com materiais da “União Cultural”, situada da rua Teixeira Silva da capital paulista, foi possível perceber que esta escola de inglês possuiu um papel muito maior após sua inauguração, que ocorreu em 1938: ela agregou intelectuais, inclusive professores universitários do período, sob um projeto único, que visava conhecer e aproximar melhor os anseios estadunidenses aos dos brasileiros. Tal levantamento permitiu perceber que, não apenas nos Estados Unidos, no período anterior à Segunda Guerra Mundial, existiam agências culturais voltadas à aproximação com países da América Latina. No Brasil, por iniciativa de grupos vinculados às elites (neste caso, intelectuais) também foram criadas entidades para estes mesmos fins. Não foi somente por iniciativa estadunidense que tais culturas foram sendo melhor conhecidas e/ou veiculadas: muitos brasileiros tiveram um papel fundamental para que o sucesso dos projetos gestados na década de 1940, efetivamente se consolidassem.

Antes, porém, de apresentarmos como tais agências auxiliaram na política de “boa vizinhança” e como, alguns viajantes brasileiros que foram em visita oficial aos Estados Unidos propagaram as “boas novas” em espaços como a “União Cultural Brasil-Estados” ou em livros que publicaram, é preciso discorrer (brevemente) sobre algumas questões, para que a compreensão do que propomos seja, efetivamente, possível. Como buscamos refletir sobre os materiais que foram impressos e veiculados na primeira metade da década de 1940 no Brasil e como estes auxiliaram para a construção da ideia de um paradigma estadunidense, partimos do pressuposto que os autores de tais materiais eram pessoas de proeminência na sociedade em que viviam. Primeiramente, os autores selecionados: Pedro Calmon e Arlindo Pasqualini, e do professor da Universidade da Pensilvânia, Willian Rex Crawford, como também dos fundadores destas agências culturais, como Domingos Machado

(médico), Pacheco e Silva e Jorge Americano (ambos professores da recém-inaugurada USP), serão tratados por intelectuais, à medida em que, como encontrado na acepção de Antônio Gramsci³⁴², não ficavam instalados em torres de Marfim, como sugeriu Machado de Assis, mas eram agentes ativos na condução prática de sua sociedade³⁴³, ao transporem suas ideias em projetos sólidos. Ângela de Castro Gomes e Patrícia Hansen olham para este grupo como aqueles que podem atuar de maneira estratégica “(...) nas áreas da cultura e da política”, uma vez que estão vinculados à “intervenção político-social³⁴⁴”.

A atuação destas pessoas nos rumos do Brasil na década de 1940, não destoou da ideia que foi sendo criada (e o governo Vargas possui um papel fundamental nesta guinada) de que o intelectual deveria atuar de maneira efetiva no ambiente em que estava inserido. Monica Veloso afirma que, especialmente por conta dos fortes reflexos do autoritarismo e patriarcalismo, os intelectuais brasileiros acabaram por assumir, na primeira metade do século XX, uma posição de superioridade perante a grande parte da população. Ao sentir que eram arautos de ideias que poderiam salvar seu país, acabavam por formar constantemente discursos que acabavam preponderantes e consensuais na sociedade³⁴⁵. Muitos intelectuais da Era Vargas, como destacou Veloso, viram que poderiam, a partir de suas ideias e de suas reflexões sobre a sociedade brasileira, auxiliar na concretização de um projeto político-pedagógico, que se congregaria sob a égide do Estado. Muitos foram aqueles que atuaram diretamente no governo, que embasado com o ideário do nacionalismo e brasilidade, viam o futuro como um promissor lugar para o Brasil. Muitos homens e mulheres atuaram em prol do Brasil, irradiando suas ideias por meio de estudos

³⁴² Para o estudioso italiano Gramsci, o intelectual não deve habitar somente o mundo das ideias, da eloquência, mas precisa atividade ser um construtor da vida prática. Todos os grupos sociais formariam suas categorias mais especializadas, que exerceriam sobre os demais, um papel de domínio. Tais intelectuais orgânicos, com vínculo e liderança do grupo que representam, seriam, definitivamente, distintos, da ideia mais tradicional, de um pensador que habita um mundo distinto do real. In: GRAMSCI, Antonio. **Os Intelectuais e a Organização da Cultura**. Tradução de Carlos Nelson Coutinho (4ª ed). Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1982.

³⁴³ Para Sowell, o intelectual do presente, diferente de Maquiavel que buscava influenciar o próprio governante de uma localidade, possui como linha de frente a capacidade de influenciar diretamente sobre a sociedade, a partir da condução da opinião pública. In: SOWELL, Thomas. **Os intelectuais e a sociedade**. Tradução de Mauricio G. Righi. São Paulo: É realizações, 2011.

³⁴⁴ GOMES, Angela de Castro; HANSEN, Patrícia Santos (orgs). **Intelectuais mediadores: Práticas culturais e ação política**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2016.

³⁴⁵ VELLOSO, Mônica Pimenta. **Os intelectuais e a política cultural do Estado Novo**. Rio de Janeiro: Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil, 1987, p. 1.

científicos, artigos em jornais ou revistas, ou proferindo palestras em salões privados ou em universidades públicas de todo o país. Não cremos que houvesse constantemente pensamentos unívocos, entretanto, aqueles que compunham os cargos públicos durante a vigência do Estado Novo, acabavam por compartilhar dos ideários defendidos pelo presidente do Brasil. E aqueles que não advinham deste universo da política institucional, acabaram por auxiliar, de maneira também importante, nos projetos políticos, especialmente quando tratamos deste conagraçamento diplomático entre o Brasil e os Estados Unidos e daqueles que atuaram como porta-vozes da “boa vizinhança” neste período.

Assim, mesmo que agências culturais como a União Cultural Brasil-Estados Unidos se auto intitulassem como “sociedade civil”, sem vínculos governamentais, na prática elas não eram entidades neutras³⁴⁶, uma vez que percebemos que não estavam desvinculadas dos projetos de Vargas, estando, ao mesmo tempo, muito próximas dos auxílios e interesses do OCIAA no Brasil. Por meio de sua leitura sobre a aproximação cultural, os discursos proferidos e impressos por tais pessoas serviram como um grande subsídio para converter ideologicamente seus leitores, mantendo a ideia de paradigma estadunidense como uma algo consensual e hegemônico³⁴⁷, em tempos onde poucos eram convidados a “ver de perto” a famosa, e supostamente, superior terra de Tio Sam. Deste modo, o objetivo central deste capítulo assenta-se sobre a busca desta articulação entre brasileiros e estadunidenses, iniciada antes da Segunda Guerra, mas estreitada, amplamente, em sua vigência. A partir da historicidade da “União Cultural Brasil Estados”, buscaremos pensar como a Política da Boa Vizinhança chegava, no discurso estadunidense (por Willian Rex Crawford e suas palestras) e nos roteiros criados para os viajantes latino-americanos, que neste caso era apropriado por brasileiros que deles se faziam interlocutores, como Pedro Calmon e Arlindo Pasqualini.

³⁴⁶ ACANDA, Jorge Luís. **Sociedade civil e hegemonia**. Tradução de Lisa Stuart. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006, p. 174.

³⁴⁷ Para Gramsci, a hegemonia, seria a capacidade que um grupo possui em fazer prevalecer suas ideias, por meio de uma liderança moral e intelectual, por meio da imposição de consensos. Seria uma combinação entre a força e o consenso, em um equilíbrio que variaria de situação para situação. In: GRAMSCI (1975) apud ACANDA, op.cit.

4. 1 – Centros culturais e a aproximação Brasil-Estados Unidos.

Nos anos finais da década de 1930, especificamente após o Departamento de Estado dos Estados Unidos passar a desempenhar atividades culturais na América Latina, motivado, especialmente, pelos apelos do Convention for the promotion of Inter-American Cultural Relations³⁴⁸, onde ressaltou-se ser imprescindível o estímulo ao conhecimento mútuo entre as nações americanas, no Brasil foram inauguradas algumas entidades binacionais, com este mesmo objetivo. Neste ínterim, onde este conhecimento mútuo entre Brasil e Estados Unidos foi sendo estimulado, surgiram, nos últimos anos da década de 1930, nas maiores capitais do país, centros culturais, que agregavam pessoas integradas diretamente ao direcionamento dos mais amplos setores da sociedade: a União Cultural Brasil-Estados Unidos em São Paulo e o Instituto Brasil-Estados Unidos, no Rio de Janeiro. Este último, instância sem fins lucrativos, surgiu em janeiro de 1937 e estava vinculado ao Institute of International Education, presidido por Stepan Duggan, situado na rua México, da capital carioca. Vinculado também ao instituto de Duggan, esteve a Associação Cultural Brasil-Estados Unidos na Bahia, que foi oficialmente estabelecida em setembro de 1941, com o apoio de jornalistas, professores da escola Politécnica, representados por seu diretor Archimedes Guimarães e políticos, como o interventor da Bahia³⁴⁹.

No mesmo ano, com objetivos similares, de estreitamento cultural, foi inaugurado o Centro Cultural Pan-americano, na capital paranaense, com ligações com o Departamento de Estado dos Estados Unidos. O jornal “O DIA” de Curitiba, em dezembro de 1941, relata sua inauguração logo na primeira página do jornal, sob um título notadamente generalista: “Todo o continente americano pôs-se ao lado dos Estados Unidos”. A justificativa para o surgimento de tal instituição era descrita por meio de suas pretensões “patrióticas” pelo autor da reportagem, o jornalista Caio Machado, que dizia se colocar à disposição

³⁴⁸ “Promotion of Inter-American cultural relations”, Disponível em: <https://www.loc.gov/law/help/us-treaties/bevans/m-ust000003-0372.pdf>. Acesso em 05/04/2016.

³⁴⁹ DIÁRIO CARIOCA. “O que diz o professor Archimedes Guimarães a respeito da aproximação Brasil-Estados Unidos”. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=093092_03&pesq=associa%C3%A7%C3%A3o%20cultural%20brasil%20estados%20unidos. Acesso em 20/08/2016.

deste programa não apenas como jornalista, mas acima de tudo, como “cidadão” brasileiro. Este movimento de aproximação cultural, foi mencionado como algo positivo e natural. Aqueles que encabeçavam tais institutos, tanto em São Paulo, Rio de Janeiro, Bahia ou Curitiba, por estarem ligados a universidades de renome na época, pareciam saber a melhor referência a ser adotada neste jovem Brasil republicano em tempos de Estado Novo. Caio Machado, também cita os benefícios para o Brasil, que por meio deste contato com os estadunidenses, poderia atingir um nível civilizacional sem precedentes, onde os estereótipos que os cercavam, se revistos, fomentariam novos tempos a partir desta “união americana”.

Não resta mais dúvida de que à América está reservada a missão de salvar e enriquecer a velha cultura humana, a verdadeira civilização. Para tanto, ela já foi preparada, visto que nela o elemento essencial foi sempre o homem, a personalidade humana. Essa constante na América tem sido sempre observada. O conquistador, o colono, o emigrante, ao pôr os pés no continente, tiveram de sentir ‘definida a individualidade, pela terrível oposição do meio ambiente americano combativo. Ampliada a personalidade, pelo espaço grandioso em que aquela se encontrou na América’(...). Persistem, por exemplo, entre nós e os Estados Unidos, certos preconceitos, resultantes de simplificações extremas, que nos têm afastado de um intercâmbio ativo e favorável, alimentados que são apenas pelo receio de perdermos a nossa autenticidade, abandonando o edifício de convenções veneráveis que o passado legou ao Brasil para poder acolher uma nova fórmula de cultura, equivalente para nós a um verdadeiro aprendizado (...). E só assim, de uma união que foi imaginária e contra a qual se ergue alguns obstáculos, é que podemos caminhar para a unidade moral, para a unidade cultural da América, integrando-nos no natural desenvolvimento da mais alta ideia de pátria jamais concebida e realizada³⁵⁰.

Tais entidades, que eram grandes novidades nestas décadas de 1930 e 1940, uma vez que possuíam o apoio direto do governo estadunidense por meio de sua ligação com a Embaixada dos Estados Unidos e representantes do Departamento de Estado ou do OCIAA, foram mais que escolas de Língua Inglesa ou da Portuguesa para estrangeiros, como hoje são especialmente conhecidas. Com o papel que receberam como Centros Culturais, atuaram como locais que intermediaram programas voltados, especialmente à educação;

³⁵⁰ O DIA. “**Pela União cultural Brasil e Estados Unidos**”. Curitiba, 28/12/41. Disponível em: <<http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=092932&pesq=uni%C3%A3o%20cultural%20brasil%20estados%20unidos&pasta=ano%20194>>. Acesso em: 05/04/2016.

intercâmbios para universidades americanas; além de recepcionar estrangeiros que chegavam ao Brasil (grande parte deles integrava a comitiva da Boa Vizinhança) e de congregar as elites locais, com ênfase naquelas mais intelectualizadas, como professores universitários, médicos, jornalistas, engenheiros, advogados e lideranças estadunidenses, como o próprio Nelson Rockefeller. Tais centros tornavam-se locais onde estas elites iam absorvendo, aos poucos, o ideário estadunidense de modernidade e progresso. A partir de dados, especialmente obtidos da União Cultural Brasil-Estados Unidos e de notas transmitidas pela imprensa da época, foi possível refletir sobre, como a congregação de ideias referente à aproximação entre ambos os países, ia sendo construída e disseminada pelo país.

4.1.1 – O conagraçamento cultural Brasil-Estados Unidos.

As entidades que trataram do conagraçamento cultural entre Brasil e Estados Unidos são anteriores ao OCIAA; anteriores também ao decreto de Getúlio Vargas ser anunciado sobre o estado de beligerância do país e do rompimento das relações diplomáticas com os países integrantes do Eixo. Situadas em um contexto onde lentamente ia sendo constituída a ideia de união continental e intercâmbio cultural, especialmente após a criação da Divisão Cultural do Departamento de Estado dos Estados Unidos, a imbricação de suas atividades nos mais altos escalões da sociedade, aponta-nos que o interesse pelos Estados Unidos e a admiração por aspectos de sua cultura, de uma maneira ampla, já eram vislumbrados e articulados no país na década de 1930 e reforçado, consideravelmente, na década de 1940, com a “Política da Boa Vizinhança”. O papel da União Cultural Brasil-Estados Unidos, foi além de um ambiente voltado ao ensino da língua Inglesa³⁵¹, e nos oferece elementos para pensarmos como tais agências culturais foram capazes de agregar elites em prol de um projeto único: o compartilhamento de um novo paradigma, o estadunidense. Acima de tudo, seu mapeamento nos indica que não apenas os

³⁵¹ O ensino de Línguas na União Cultural Brasil-Estados Unidos, iniciou em outubro de 1941, com a chegada de uma professora dos Estados Unidos, A. C. Newman, que trouxe de seu país uma metodologia tida como inovadora para o ensino de idiomas na época. O Basic English aliava os métodos mais modernos, e focava na escrita e na leitura, por meio de uma simplificação do idioma para aqueles que o buscassem como uma segunda língua. In: ASSIS, Celia de (coord. geral). **União Cultural Brasil-Estados Unidos 60 anos- 60 years young**. São Paulo: Prêmio, 1997, p. 31.

estadunidenses tinham interesses em relação ao Brasil. A recíproca também era verdadeira.

Os anos finais da década de 1930, em meio à ditadura varguista do Estado Novo, estudantes da Universidade de São Paulo, fundada em 1934, especialmente aqueles integrados à movimentos estudantis, articularam a abertura de um espaço onde pudesse ser debatido, dentro de ditames democráticos, novos horizontes intelectuais, que não se restringissem às limitações do controle do Estado. O principal protagonista de um dos maiores centros culturais binacionais do Brasil, foi o estudante de medicina da USP, Domingos Machado, que em 15 de junho de 1938, fundou o Instituto Universitário Brasil-Estados Unidos, que mesmo sem uma sede própria, ou baseado em projetos que acabavam excedendo suas possibilidades financeiras, pensava em diversas maneiras de aproximar, por vias culturais, seu país com a terra de Tio Sam. As atividades do “Instituto Universitário”, segundo sua ata de fundação, consistiria em: estimular palestras e intercâmbios; fomentar uma aproximação maior com os órgãos integrantes do governo estadunidense, bem como com suas universidades, além de propiciar publicações acerca das duas nações e dos trabalhos desempenhados dentro do Instituto, que passaram a ser divulgados como um de seus principais objetivos iniciais. Dessa forma, o ensino de línguas, seja a inglesa ou a portuguesa, que hoje consiste em umas das primordiais atividades de tal entidade, não era mencionado neste momento, embora três anos mais tarde ela passasse a integrar seu cronograma de tarefas³⁵².

Aos poucos a elite da sociedade paulistana foi aderindo a esta iniciativa, e antes mesmo da inauguração oficial ocorrer, o cônsul americano Carol Foster convidou integrantes do Instituto, para, no jornal A Gazeta, felicitar os Estados Unidos pela comemoração do aniversário de sua independência, em 4 de julho de 1938. Meses depois, visando sua expansão, uma nova direção assumiu suas

³⁵² “(...) intercâmbios culturais entre estudantes norte-americanos e brasileiros; trocas recíprocas de estágios universitários; promoção de palestras; construção de um relacionamento fértil com o Consulado Americano; cooperação entre a Faculdade de Medicina de São Paulo e as faculdades americanas da área; colaboração com as instituições congêneres existentes nos demais estados; publicação de revistas e boletins; comemoração das grandes datas nacionais de ambas as nações; e, por fim, homenagens a personalidades que comungassem dos ideais do instituto”. In: ASSIS, Celia de (coord. geral). **União Cultural Brasil-Estados Unidos 60 anos- 60 years young**. São Paulo: Prêmio, 1997, p.14.

funções, desta vez, passando para as mãos de um conhecido professor universitário do curso de medicina da USP, que havia sido deputado federal e estadual e era proeminente na área de Psiquiatria. Antônio Carlos Pacheco e Silva³⁵³ assumiu o cargo de diretor do Instituto, posição que permaneceu até o ano de 1943, onde foi substituído por Jorge Americano³⁵⁴, reitor da Universidade de São Paulo, onde ambos lecionavam. O primeiro pedido que Pacheco e Silva fez antes de assumir o cargo, foi a mudança do nome da entidade, que passou para “União Cultural Brasil-Estados Unidos” (UCBEU), o que permanece até os dias de hoje. Tal mudança reafirmou seus propósitos, que eram o de não apenas agregar a comunidade universitária, mas sim a sociedade paulistana como um todo. Em seu estatuto inicial, em 1941, ela foi definida como uma sociedade civil, sem fins-lucrativos, que se manteria com o auxílio mensal dos sócios e por fundos levantados por uma comissão formada pró-União Cultural. A primeira diretoria ficou assim estabelecida, que agregava, além dos nomes abaixo citados, os de Oswaldo Aranha e Macedo Soares, seus presidentes honorários e adeptos às causas estadunidenses dentro do governo Vargas.

DIRETORIA DA “UNIÃO CULTURAL BRASIL-ESTADOS UNIDOS” (1938)	
Antonio Carlos Pacheco e Silva	Presidente
Dr. Pedro Augusto da Silva	1º vice-presidente
Domingos Machado	2º vice-presidente
Dr. Guilherme de Almeida	3º vice-presidente
José Gomes Talarico	Secretário geral
Dr. Edmur Nunes Ferreira	1º secretário
João paulo Bittencourt	2º secretário
Dr. Ruy de Azevedo Sodré	1º tesoureiro
Bindo Guida Filho	2º tesoureiro

Quadro 13: Diretoria da UCBE em 1938³⁵⁵.

³⁵³ Para mais informações sobre Antonio Pacheco e Silva, ver: SILVEIRA, C. **A formação da nacionalidade brasileira no pensamento médico paulista**: a contribuição de Antonio Carlos Pacheco e Silva. 1993. Dissertação (Mestrado), Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 1993.

³⁵⁴ Jorge americano assumiu a direção da União Cultural Brasil-Estados Unidos entre 1943-45 e 1952-1954.

³⁵⁵ CORREIO PAULISTANO. “União Cultural Brasil Estados Unidos”, 23/10/1938. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/090972_08/26271. Acesso em 30/10/2016.

A inauguração formal da União Cultural ocorreu no Clube Piratininga, no dia 22 de outubro de 1938, cerimônia que foi divulgada por muitos anúncios nos jornais da cidade, onde esteve presente um seleto grupo, que incluía jornalistas, professores e universitários, muitos dos quais representavam centros acadêmicos da USP, e que, reunidos, ouviram a abertura realizada por Carol Foster, cônsul americano. Jornais, como o Correio Paulistano, sinalizavam em suas páginas que esta entidade fora uma junção espontânea de universitários, professores e jornalistas, embora fosse mantida por sócios advindos dos setores industriais e empresariais da capital paulista. Os discursos iniciais também foram proferidos por Pacheco e Silva, juntamente com estudantes dos cursos de Engenharia, Direito e Medicina da USP³⁵⁶. A UCBEU passou a servir como local de difusão sobre quaisquer informações referente aos Estados Unidos na cidade de São Paulo (segundo comunicado trazido pelo Correio Paulistano de 30 de agosto de 1941), o que deixa nítido o papel de influência que adquiriu com apenas três anos após seu surgimento, ainda tímido, dentro da USP. Das reuniões no Hospital Esperança, no qual trabalhava Pacheco e Silva, foi estabelecida sua primeira sede no ano de 1941, na Rua José Bonifácio, no centro da cidade. Jorge Americano, reitor da USP à época, passou a incorporar o seu conselho deliberativo e a partir de então, as parcerias com a universidade se estreitaram, abrindo espaço para que muitas palestras ocorressem em seus espaços, com pessoas que vinham do exterior ou com intelectuais brasileiros:

A aliança com a USP, de 1941 a 1945, permitiu a realização de encontros memoráveis. Os rapazes, com seus cabelos milimetricamente penteados, e as moças, com seus vestidos elegantes, chegavam cedo ao prédio da José Bonifácio para assistir a palestras dignas de registro, como a do estudioso do teatro brasileiro Décio de Almeida Prado (1941) e a do poeta e crítico de arte Sérgio Milliet (1944)³⁵⁷.

Grande parte das atividades da UCBE voltavam-se para o meio acadêmico. Muitos de seus dirigentes eram originários de estreitos grupos

³⁵⁶ CORREIO PAULISTANO. “**Instalação da União Cultural Brasil-Estados Unidos**”, 16/10/38. Disponíveis em: http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=090972_08&pasta=ano%20193&pesq=un%C3%A3o%20cultural%20brasil%20estados%20unidos. Acesso em 17/05/2016.

³⁵⁷ ASSIS, Celia de (coord. geral). **União Cultural Brasil-Estados Unidos 60 anos- 60 years young**. São Paulo: Prêmio, 1997, p. 26.

sociais, que de maneira significativa estavam vinculados aos cursos de Engenharia, Medicina ou Direito da USP. O contato cultural ocorria com palestras nos espaços da União, na própria universidade ou com o envio de brasileiros ao exterior para ouvir sobre os mais distintos aspectos da vida estadunidense e que posteriormente propagavam as boas-novas vistas e ouvidas em suas viagens. Mesmo antes da implementação do OCIAA no país, diversas empresas dos Estados Unidos já estavam alinhadas com este projeto. Em 1940, por exemplo, a Pan American Airlines e a American Republics Line ofereceram aos delegados da UCBEU descontos de 50% e 25% respectivamente, para participarem do 8º Congresso Científico Americano, onde seriam discutidos temas que se estendiam da antropologia ao Direito. Neste mesmo contexto, o presidente da União Cultural recebeu de Summer Welles, um convite formal para visitar o Congresso de seu país, mostrando a afeição e a proximidade deste governo para com este grupo brasileiro³⁵⁸.

A divulgação dos trabalhos realizados pela União Cultural era constantemente veiculada na imprensa paulistana. Desde o anúncio do palestrante e do convite feito para a comunidade (geralmente tais palestras eram gratuitas, tendo como pré-requisito a busca do convite na própria sede desta entidade), até o resumo do que foi dito, bem como fotografias do evento, eram expostas pelos jornais mais importantes, como o Correio Paulistano ou Correio de São Paulo. Eram verdadeiros acontecimentos sociais. As palestras geralmente tinham em comum o fato de expor, com bastante ênfase, características desta sociedade, a partir dos seus mais distintos aspectos. Como havia parcerias com centros binacionais, instituições e universidades norte-americanas (ligadas ao governo ou a instituições privadas), muitas pessoas participaram deste ciclo de palestras. Com tal envolvimento, estrangeiros (grande parte de renome internacional) aportaram na capital e proferiram conferências em suas instalações, ou foram patrocinados pela entidade para espalhar suas mensagens de “união continental” em outros ambientes. Uma destas ilustres visitas foi a de Lewis Hanke, historiador e professor da Universidade de Harvard e diretor da divisão hispânica da Biblioteca do

³⁵⁸ CORREIO PAULISTANO. “Oitavo Congresso Científico Americano”, 18/04/1940. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/090972_09/1277. Acesso em 20/07/2016.

Congresso, que discursou sobre a “Vida intelectual nos Estados Unidos”, nas instalações da União Cultural³⁵⁹ em setembro de 1941. Também o famoso ator de Hollywood Douglas Fairbanks Jr, foi recepcionado por membros da UCBEU³⁶⁰, desde sua chegada ao Campo de Congonhas, até o patrocínio de uma palestra ministrada no auditório do jornal A Gazeta, onde discursou sobre seu prazer de estar em São Paulo e de auxiliar naquele momento de aproximação entre tais países³⁶¹.

A União Cultural também estimulava ciclos de palestras com brasileiros recém-chegados dos Estados Unidos, com vistas a propagar as “boas novas” sobre o país que haviam visitado. O professor José Melo Moraes, diretor da Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz” falou para muitos ouvintes, após seu retorno ao Brasil. Segundo o professor, os estadunidenses, não somente vinculados à universidade em que ele havia visitado, mostraram-se bastante receptivos e amáveis para com seus hóspedes. Relatou suas experiências por meio das visitas em universidades no Texas e em Ohio, especialmente. O que mais chamou sua atenção foi o fato destas instituições estarem alinhadas com as necessidades da guerra, articulando seu foco à defesa nacional. Frisou que na universidade em que lecionava tais projetos também eram operados de modo similar, porém em menor escala³⁶². Nota-se que, em meio a um vislumbre pelo que viu no exterior, o professor tecia comentários que, de certa maneira, enaltecia o Brasil, mesmo quando considerava que muito ainda deveria ser feito

³⁵⁹ JORNAL DO BRASIL. “Anúncios sobre São Paulo”. 20/09/1941. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=030015_06&pesq=uni%C3%A3o%20cultural%20brasil%20estados%20unidos&pasta=ano%20194>. Acesso em 09/08/2016. CORREIO PAULISTANO. Vem a São Paulo o diretor da divisão hispânica da Biblioteca do Congresso de Washington. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=090972_09&pesq=lewis%20hanke. Acesso em 05/09/2016.

³⁶⁰ O casal *Fairbanks* aportou no Campo de Congonhas. Depois de almoços com o interventor de São Paulo, Adhemar de Barros, com Carol Foster, José de Moura Resende, ministro da Justiça, falou sobre seu prazer por estar em São Paulo, terra de pessoas ousadas no campo econômico.

³⁶¹ CORREIO PAULISTANO. “Douglas Fairbanks foi festivamente recebido em São Paulo”. 06/05/1941. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=090972_09&pasta=ano%20194&pesq=uni%C3%A3o%20cultural%20brasil%20estados%20unidos>. Acesso em 07/05/2016.

³⁶² CORREIO PAULISTANO. “O professor Melo Moraes, quando proferia sua conferencia”. 20/03/1942. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=090972_09&pasta=ano%20194&pesq=uni%C3%A3o%20cultural%20brasil%20estados%20unidos>. Acesso em 05/05/2016.

para que ambos os países estivessem em posição de igualdade quando o assunto se voltava ao ensino superior e ao seu engajamento nos problemas que diziam respeito ao país do qual pertenciam.

Como foi se tornando um costume, os próprios diretores da União Cultural, Pacheco e Silva e Jorge Americano, ao regressarem dos EUA, foram recebidos, juntamente com Casper Líbero, na faculdade de Direito da USP para proferir algumas palavras a respeito do que viram no período em que estiveram na América do Norte. Estavam presentes Cecil Cross, para ouvir tais experiências adquiridas, o cônsul geral dos EUA, juntamente com diversos professores universitários, autoridades civis e militares, bem como pessoas dos meios culturais e sociais paulistanos. Tanto o professor Jorge Americano, como Pacheco e Silva e Líbero, discursaram sobre o progresso ao qual viviam os estadunidenses, que desde os alunos do curso de Direito, que com estudos árduos sustentados por conhecidos teóricos da lei, mantinham seu tempo ocupado com tais atividades; até a Biblioteca do Congresso, extremamente organizada e com possibilidades nítidas para a conservação de seu acervo, agregava, de maneira notável, grande parte da produção jurídica do país. O que viram, que talvez tenha sido inesperado pelos viajantes, como relatou Jorge Americano, foi que o interesse e conhecimento deles pelo Brasil era igual ao interesse que os brasileiros nutriam pelas “cousas” dos Estados Unidos³⁶³.

A UCBEU também auxiliou na concessão de bolsas oriundas de diferentes organizações dos Estados Unidos, entre elas a Fundação Rockefeller, ou as vinculadas de programas do Instituto Internacional de Educação. O Consulado Americano, a Divisão de Relações Culturais do Departamento de Estado, Biblioteca do Congresso e o OCIAA, tinham na União Cultural um local que intermediava seus programas culturais estabelecidos com o Brasil³⁶⁴, uma vez que cabia à esta entidade o gerenciamento e/ou divulgação de cursos a serem realizados nos Estados Unidos. Embora as bolsas ofertadas aos brasileiros fossem divulgadas pelos jornais da época, fazendo com que, pessoas distintas pudessem ter ciência e talvez, estudar fora do Brasil, o que vemos, por

³⁶³ CORREIO PAULISTANO. “**Vida intelectual nos Estados Unidos**”. 18/07/1941. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=090972_09&PagFis=6204&Pesq=uni%C3%A3o%20cultural%20brasil%20estados%20unidos>. Acesso em 08/06/2016.

³⁶⁴ ASSIS, Celia de (coord. geral). **União Cultural Brasil-Estados Unidos 60 anos- 60 years young**. São Paulo: Prêmio, 1997, p. 29.

meio dos critérios de seleção, era que tais programas visavam pequenos grupos da sociedade. Em uma divulgação de bolsas para um curso de “observações meteorológicas” que seria realizado nos Estados Unidos, deixava-se claro os pré-requisitos para a realização do mesmo exigiam, além da idade mínima de 20 anos e máxima de 30 e residência fixa há pelo menos 10 anos em alguma república americana e apresentação de uma certidão médica, que comprovasse a inexistência de moléstias, as cartas de recomendação de dois cidadãos para comprovar seu caráter; o término do ensino secundário; a leitura e a compreensão da Língua Inglesa e dinheiro suficiente para pagar despesas particulares³⁶⁵. Assim, em uma década onde por volta de 70% da população brasileira era analfabeta e apenas 15% tinha condições de suprir financeiramente suas necessidades básicas, poucos eram aqueles que atendiam aos pré-requisitos de ingresso neste, ou em outros, programas de intercâmbio³⁶⁶.

Além destas funções, a União Cultural atuou também como editora, onde, por meio de parcerias, ganhou o direito de publicar traduções de várias obras para o português. Manteve, por longos anos, uma biblioteca, com volumes majoritariamente vindos do exterior, no qual a comunidade estava convidada a frequentar, sem nenhum custo. Esta biblioteca, nomeada como Thomas Jefferson, foi inaugurada em 1942, tomando o espaço da antiga sala George Washington. Este local frequentemente recebeu livros dos Estados Unidos para oferecer ao um público interessado, com conteúdo relacionado aos distintos saberes, desde livros didáticos voltados ao ensino secundário, a obras referentes ao saber médico, farmacologia, engenharia, literatura e política³⁶⁷. A biblioteca possuiu uma finalidade cultural e seus recursos foram destinados à sua manutenção e foram crescendo a cada ano, visando a melhoria de seus serviços e a ampliação do acervo já existente³⁶⁸. Em 1944, ela contou com mais

³⁶⁵ CORREIO PAULISTANO. “**Bolsas para o curso de observações meteorológicas**”. 12/12/42. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=090972_09&pasta=ano%20194&pesq=uni%C3%A3o%20cultural%20brasil%20estados%20unidos. Acesso em 06/05/2016.

³⁶⁶ LOC F2508 U582. “**Activities of the Coordinator of Inter-American Affairs in Brazil**”, OCIAA, Maio de 1943.

³⁶⁷ FOLHA DA MANHÃ, “**A União Cultural Brasil-Estados Unidos recebeu centenas de livros americanos**”, 09/04/1944.

³⁶⁸ O balanço da União Cultural, disponível no acervo do OCIAA no National Archives College Park, evidencia que os planos para o orçamento de 1944 para a biblioteca seria maior que no

de 2.000 livros e revistas, e mais de 1000 leitores³⁶⁹, muitos assíduos, como mostra seu cadastro de empréstimos e consultas datado do primeiro trimestre daquele ano, que indica um volume expressivo de obras lidas no período.

EMPRÉSTIMO OU CONSULTA DE LIVROS DA BIBLIOTECA DA UCBE (01-03 de 1944)	
Livros consultados	488
Revistas consultadas	215
Livros emprestados	939
Revistas emprestadas	352

Quadro 14: Empréstimos ou consultas na biblioteca da UCBE³⁷⁰.

Dentre as atividades que também atraíram a atenção do público, estavam previstas mostras de filmes (muitas delas com películas coloridas) sobre a vida nos EUA. Geralmente tais exposições voltavam-se à exaltação de nuances do país nos mais distintos aspectos (progresso das cidades, cotidiano de sua população), embora o Brasil e o restante da América também fossem enfocados nestes motion pictures. Na mostra do dia 14 de novembro de 1941, evento organizado por Kathryn de Luca, alguns destes filmes mostraram os Parques nacionais dos Estados Unidos³⁷¹. No ano de 1944, estas mostras continuaram ocorrendo, e produções como “O ensino secundário nos Estados Unidos”, “Fronteiras Universitárias”, “Escola Infantil Rosemary”, “Brincando com Música” e “Coro de meninos”, foram apresentados ao público interessado na temática. Muitos cursos foram ministrados em seus espaços, e assim como as demais atividades, eram anunciados pela imprensa, como as aulas de Inglês, ou

ano de 1943, onde se gastou 37,500 cruzeiros com suas despesas. In: NACP, RG 229, box 417. “**União Cultural Brasil-Estados Unidos: Balanço em 31/12/1943**”. Information, science and education: Brazil, 31/12/1943.

³⁶⁹ NACP, RG 229, box 417. “**Quarterly statement from cultural institutes: União Cultural Brasil-estados Unidos**”. Information, science and education: Brazil, Janeiro a Março de 1944.

³⁷⁰ Idem.

³⁷¹ CORREIO PAULISTANO. “União Cultural Brasil-Estados Unidos”. 14/11/1941. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=090972_09&pasta=ano%20194&pesq=uni%C3%A3o%20cultural%20brasil%20estados%20unidos>. Acesso em 10/08/2016.

os que envolviam temáticas mais abrangentes como o “Modern American Literature”, “Laboratory of American Life” e “Inglês para Crianças”³⁷².

O orçamento desta entidade, que não possuía fins lucrativos, era obtido por meio de doações de sócios³⁷³ e pelo valor pago das mensalidades de seus cursos. No ano de 1943, a contribuição dos sócios foi responsável por 30.386 cruzeiros e as mensalidades do curso de Inglês, por 247.077 cruzeiros, o que não proporcionava grandes sobras no orçamento, mas eram suficientes para cobrir as despesas de material, aluguel, salários de professores e demais funcionários de secretaria. Nos anos finais da Segunda Guerra mais sócios foram aderindo aos propósitos da União, e em 1944, passou-se a projetar um aumento de 10.000 cruzeiros no orçamento total. Porém, não somente estes dois montantes eram incluídos na receita. O governo Roosevelt arcaria, segundo a contabilidade de 1943³⁷⁴, com o pagamento de dois professores estadunidenses que realizariam trabalhos na escola, a um montante que equivalia a quase o triplo do arrecadado com as contribuições de sócios. Assim, havia uma estreita e significativa parceria do governo dos Estados Unidos com agências que incentivavam este tipo de aproximação em tempos de “Boa Vizinhança”.

Na prática, além dos discursos oficialmente proferidos de uma mutualidade de preocupações dos cidadãos de ambas as nações, o interesse pelos Estados Unidos e por sua cultura era superior do que aquele ocorrido pelo Brasil, especialmente quando levamos em consideração o aprendizado da Língua Portuguesa, que era ensinado na entidade. No ano de 1943, por exemplo, o valor pago em mensalidade dos estudantes que cursavam tal língua atingia

³⁷² JORNAL DE NOTÍCIAS. “União Cultural Brasil-Estados Unidos”. 10/07/1944. Disponível em: <<http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=583138&pesq=uni%C3%A3o%20cultural%20brasil%20estados%20unidos&pasta=ano%201944>>. Acesso em 10/08/2016.

³⁷³ Nos anos 40 atingiu um número próximo a 350 sócios, e a diretoria se encontrava toda semana, às quartas-feiras, às 21:00h para resolver problemas concernentes à União e organizar alguns eventos, como bailes ou sessões de cinema. In ASSIS, Celia de (coord. geral). **União Cultural Brasil-Estados Unidos 60 anos- 60 years young**. São Paulo: Prêmio, 1997, p. 35.

³⁷⁴ Em maio de 1944, foi enviado a *Cordell Hull*, vindo por carta aérea do Consulado Americano de São Paulo, uma cópia da contabilidade da União Cultural Brasil Estados Unidos referente ao ano de 1943. Cecil Cross, cônsul geral americano, dizia para o Secretário de Estado que tais contas haviam sido aprovadas pelos componentes da União Cultural e juntamente com algumas orientações burocráticas. O OCIAA do Rio e de Washington também receberam cópias que foram destinadas para a sua divisão de educação, o que nos indica a estreita relação do Departamento de Estado dos Estados Unidos com esta agência cultural, que a princípio havia sido criada por uma espontânea vontade de brasileiros, que viam na união de tais nações, o melhor caminho a ser trilhado. In: NACP, RG 229, box 417. **Carta aérea de Cecil Cross a Cordell Hull. Information, science and education**: Brazil, 15/05/1944.

CR\$ 2.000 (de um total de 5 alunos), quantia insuficiente para o pagamento do único professor que lecionava para os estrangeiros que residiam, temporária, ou definitivamente no país. No curso de Inglês, este número chegava a 1.073 alunos e 11 professores³⁷⁵. Mesmo que as despesas geradas pela oferta do curso de português fossem superiores ao que se recebia por meio de suas mensalidades, buscou-se não desistir desta oferta durante os anos em que tivemos acesso ao balanço da União. Esta insistência na manutenção do curso tinha um caráter mais simbólico, que meramente financeiro: sua existência mostrava (pelo menos oficialmente), que a União Cultural visava uma mútua aproximação cultural entre o Brasil e os Estados Unidos. Para sua continuação, a insistência e ampliação da propaganda, era tida a escolha mais adequada para pôr fim a este problema.

Não tem havido correspondente interesse por esse Curso de parte das colônias estrangeiras, as quais é dedicado. Daí inapreciando-se o caso de sua extinção, é aconselhável o estudo de sua mais intensa propaganda ou organização sob outros moldes. De um modo geral, a estimativa orçamentária está dentro da provável arrecadação³⁷⁶.

Cenas amplamente simbólicas, ocorreram durante a vigência da Política da Boa Vizinhança. Uma delas, ocorrida durante a inauguração das novas instalações da UCBEU, aponta para a gradativa união entre as elites brasileiras (neste caso as intelectuais e políticas), com os setores governamentais estadunidenses. Em uma solenidade que agregou diversos civis e militares, após a execução do hino nacional brasileiro e do hasteamento da bandeira nacional por Adolf Berle Junior, o professor Jorge Americano, no momento em que o hino dos Estados Unidos foi executado, hasteou a bandeira da terra de Tio Sam. Cheio de cerimônias, discursos e contando com a presença de autoridades brasileiras e estadunidenses, a nova sede da União Cultural Brasil Estados Unidos, foi devidamente implementada. Os elogios proferidos pelos personagens, acima descritos, foram dos mais entusiasmados, e a menção sobre a necessidade de um conhecimento entre os povos com vistas a

³⁷⁵ NACP, RG 229, box 417. “**Quarterly statement from cultural institutes:** União Cultural Brasil-estados Unidos”. Information, science and education: Brazil, Janeiro a Março de 1944.

³⁷⁶ NACP, RG 229, box 417. “**União Cultural Brasil-Estados Unidos: Balanço em 31/12/1943**”. Information, science and education: Brazil, 31/12/1943.

garantir “(...) uma paz futura duradoura e fecunda de realizações construtivas³⁷⁷” eram as promessas proferidas para os novos dias que aos poucos, na última década, pareciam ser os passos permanentes que tais povos trilhariam.

Neste contexto, inundado por euforias e expectativas, onde palestras, cursos de línguas ou exibição de filmes mostravam a proximidade entre Brasil e Estados Unidos, agências culturais como esta, que se diziam não governamentais e advinham dos desejos de uma sociedade civil (que supostamente buscava uma articulação própria frente a determinados assuntos de interesse da sociedade) foram além desta designação. Sua proximidade com o governo estadunidense foi inegável, sendo, durante a década de 1940, um dos seus braços mais fortes na cidade de São Paulo. Da mesma maneira que no Rio de Janeiro e posteriormente em Curitiba ou na Bahia, tais “uniões culturais binacionais”, com objetivos voltados para um estreitamento das relações entre tais nações, eram mostras de como parcelas de uma sociedade civil brasileira se empenhava no debate e na articulação em prol de novos tempos entre sua nação e os Estados Unidos da América, antes mesmo da existência do OCIAA. Este, por sua vez, se utilizou deste grupo que já havia se mobilizado anteriormente, para colocar em prática, de maneira mais satisfatória, seus projetos para o país durante os anos de “boa vizinhança”.

4.1.2 – Willian Rex Crawford e o “Panorama cultural norte-americano” por meio de palestras.

O jornalista Caio Machado, do jornal curitibano “O Dia”, revelava seu entusiasmo com os centros culturais binacionais que estavam em ascendência na década de 1930/40. Embora tais espaços ainda fossem poucos em um país tão vasto como o Brasil, eles mostravam-se imprescindíveis para a consolidação cultural efetiva entre tais nações e serviam, cada vez mais, como centros dissipadores de estereótipos, que neste período eram largamente compartilhados em diversas esferas da sociedade. O receio que ainda se tinha em relação a este estreitamento “espiritual” entre tais povos, como afirma o

³⁷⁷ JORNAL DO BRASIL. “ **Na União Cultural Brasil-Estados Unidos**. 14/10/1945. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=030015_06&pesq=uni%C3%A3o%20cultural%20brasil%20estados%20unidos&pasta=ano%20194>. Acesso em 10/06/2016.

jornalista, poderia diminuir com a aproximação fomentada pelo intenso trabalho propiciado por estas “agências culturais”:

(...) Talvez que assim seja o que a relativa desenvoltura de nosso americanismo enterre a explicação da atitude de reserva com que reagimos à ideia de um maior contato espiritual com os Estados Unidos. Estes nos surgem, então, como a civilização já sistematizadora de uma filosofia da vida, de uma cultura nova, que assenta as suas bases no domínio do fato, do êxito, do instinto e do progresso, isto é, no experimentalismo que faz o homem voltar às costas aos valores espirituais para se debruçar nos valores terrenos; no dinamismo que vê no “self made man” o tipo ideal de vida, pelo seu poder técnico ou esportivo; no primado do instinto, que leva o homem à simples satisfação de seus impulsos elementares, recusando as consequências de seus atos; e no culto do progresso, baseado na educação utilitária cultural que repele os valores tradicionais, fortes e imortais valores humanos e divinos, para reduzi-los a um refresco sem álcool, do tipo perfumado e corrente nos “american bars”, como ainda há pouco nos assinalava, em esquema magnífico, esse temível adversário do yankismo entre nós, o Sr. Tristão Ataíde, o primeiro, porém, a estabelecer distinções e a reconhecer valores vitais verdadeiros, fortes e sadios na civilização norte-americana. Já é tempo de abandonar tais simplificações extremas, tais caricaturas (...). Já é tempo de vencermos muitas incompreensões mútuas³⁷⁸.

O que fica mais em evidência no trecho anterior, e que não é uma novidade no conteúdo disseminado na época, é a tentativa de mostrar, por meio dos inúmeros programas voltados ao estreitamento cultural Brasil-Estados Unidos, uma nova face da terra de Tio Sam, que ainda era compreendida por muitos brasileiros como sinônimo de arrogância, materialismo ou mesmo individualismo. Em uma pesquisa de opinião (sem uma coleta racionalizada como as desenvolvidas pela American Social Surveys), que foi realizada nas imediações da União Cultural de São Paulo, fica evidente esta hostilidade ao “americano” na década de 1940. Na pesquisa (provavelmente coletada em 1943), alguns dos brasileiros entrevistados esboçavam sua opinião diante deste alinhamento, que buscava “unir” dois povos distintos, histórica e culturalmente. Os motivos para a preocupação rompiam com as questões puramente políticas: expressavam as insatisfações com o comportamento ou mesmo com a religião de seus “bons vizinhos”, podendo citar, entre algumas das afirmações dadas pelos entrevistados: “Os brasileiros devem estar conscientes que as bases

³⁷⁸ O DIA. “**Pela União cultural Brasil e Estados Unidos**”. Curitiba, 28/12/41. Disponível em: <<http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=092932&pesq=uni%C3%A3o%20cultural%20brasil%20estados%20unidos&pasta=ano%20194>>. Acesso em: 05/04/2016.

militares situadas no nordeste podem se tornar uma forma de ocupação permanente no território”; “Excessiva eficiência e organização são nocivas à expressão da personalidade humana”; “os americanos são evangélicos, o que fere com os princípios católicos”; “Julgam os brasileiros como errados, uma vez que não se adaptam aos nossos padrões” ou “os estadunidenses não tem a intenção de se misturar com os brasileiros, em festas ou na vida”. Tais respostas sinalizavam que, longe do ambiente político, a aproximação dos Estados Unidos com o Brasil não era de total aprovação, ou resignação aos programas criados pelos idealizadores da “boa vizinhança”³⁷⁹.

As tentativas que se fizeram para minimizar tais estigmas, buscaram mostrar como a cultura deste país era maior e mais profunda que estas definições. Uma das formas encontradas para disseminar as “boas novas” dos Estados Unidos e desfazer estereótipos foi a profusão de palestras, como dito anteriormente, nas imediações de tais agências, no caso de São Paulo, na USP, ou em demais localidades do país, por meio de pessoas conhecidas nacional ou internacionalmente³⁸⁰. Um destes palestrantes, que atuou em cursos de aperfeiçoamento para professores de Inglês na UCB, foi o adido cultural da embaixada dos Estados Unidos no Rio de Janeiro, sociólogo e professor da Universidade da Pensilvânia, Willian Rex Crawford³⁸¹. Algo curioso em relação

³⁷⁹ NACP, RG 229, box 417. “**What Brazilians think of Americans**”. Information, science and education: Brazil, s/d.

³⁸⁰ A Universidade de São Paulo, desde sua inauguração, contou com intelectuais de diferentes áreas, que auxiliaram sobremaneira as cadeiras recém-criadas, como Roger Bastide, na Sociologia, Claude Lévi-Strauss na Antropologia e Fernand Braudel, na História. Expedições de cunho científico também contaram com nomes de relevância internacional, como o nobel de física Arthur Compton, que durante a vigência da política da boa vizinhança, também passam a ser missões diplomáticas, uma vez que contam com o auxílio financeiro do OCIAA. In: JUNIOR, Olival Freire; SILVA, Indianara. **Diplomacia e ciência no contexto da Segunda Guerra Mundial**: a viagem de Arthur Compton ao Brasil em 1941. Revista Brasileira de História, vol. 34, no 67, 181-201 – 2014.

³⁸¹ Willian Rex Crawford (1898-1976), sociólogo, professor da Universidade da Pensilvânia, foi um intelectual que manteve relações muito próximas com a América do Sul, especialmente com o Brasil. Lecionou na Universidade do Chile entre 1941-1942 e prestou serviços à Embaixada dos Estados Unidos no Rio de Janeiro entre os anos de 1943 a 1945. Além de sociólogo, foi um estudioso de Línguas, especialmente da Língua Portuguesa, onde lhe possibilitou exercer este papel político no país e proferir, diretamente para o público inúmeras palestras, nas mais distintas capitais do país. Findada a Guerra, Crawford continuou a atuar em programas voltados ao estreitamente cultural, desta vez, apoiando o fomento de bolsas de estudos a estudantes tanto latino-americanos como africanos a universidades estadunidenses. Foi o autor de duas obras, “Um século de pensamento latino-americano” e “Panorama da cultura norte-americana”. Além de efetuar traduções, como a Fernando Azevedo intitulada *Brazilian Culture* e a autobiografia de José Vasconcelos *A Mexican Ulysses*. PENN Biographies. Disponível em: http://www.archives.upenn.edu/people/1800s/crawford_wm_rex.html. Acesso em: 08/08/2016.

à atuação deste intelectual no Brasil foi que suas palavras não ficaram restritas a determinados grupos de pessoas. Suas palestras foram compiladas e transformadas em um livro, lançado no ano de 1945, onde, de maneira ampla, diversas temáticas referentes ao “Panorama da cultura norte-americana³⁸²”, puderam ser compartilhadas. Tal compilação de palestras³⁸³, segundo Oscar Mendes, na revista da Academia Brasileira de Letras, significava:

O professor William Rex Crawford presta, com seu livro, um grande serviço a nós e à sua pátria. Porque não há amizade sólida, sem conhecimento íntimo, sem simpatia intelectual, sem interpenetração de culturas, que saibam manter suas características próprias, sem cair na imitação e na cópia³⁸⁴.

A apresentação da obra foi feita por Jorge Americano, reitor da USP, que o apresentou como um grande amigo do Brasil, do qual mantinha um amplo conhecimento sobre sua cultura, sendo, do mesmo modo, fluente na Língua Portuguesa. Além disto, rememorou os antigos laços que uniam tais nações, especialmente aquela onde o respeito pela democracia dos Estados Unidos havia refletido na formulação da Constituição Brasileira de 1891. Seu desenvolvimento econômico também seria bastante admirado desde longa data, visível por meio das estatísticas econômicas (em geral positivas) e nos arranha-céus, sinônimos da modernidade e engenhosidade daquele povo. Ele citou que o cinema “americano”, que aos poucos adentrava o cotidiano dos brasileiros, poderia fomentar interpretações distorcidas acerca da realidade, portanto, a visão propiciada a partir da fala de viajantes como Crawford vinha auxiliar na formulação de novas imagens, mais fidedignas com a realidade. Crawford, desta forma, dava um panorama mais geral sobre o país, a partir de suas palestras ministradas em diversas cidades do Brasil. Embora otimista e em parcelas significativas, dotada de uma confiança no discurso proferido pelo intelectual estrangeiro, a fala de Jorge Americano revela a percepção corriqueira daquele

³⁸² CRAWFORD, Willian Rex. **Panorama da cultura norte-americana**: conferências lidas no Brasil. São Paulo: Empresa Gráfica da revista dos tribunais Ltda, 1945

³⁸³ MENDES, Oscar. **Letras portuguesas e americanas**. Revista brasileira: publicação da Academia Brasileira de Letras, Rio de Janeiro, nº 14, set de 1945.

³⁸⁴ Idem, p. 31.

período que atribuía para a figura do intelectual, um provável apego a uma verdade absoluta, isento de intenções ou subjetividades.

De uma maneira ampla, poderíamos ver a obra “Panorama da cultura norte-americana” (que se divide em duas partes: uma que oferece uma visão ampla sobre as Ciências Sociais, História, Psicologia e o papel social de seus intelectuais; e outra que traz a atualidade da cultura estadunidense, abrangendo desde as artes plásticas até a literatura), em sua busca por oferecer argumentações pertinentes que corroboravam com a ideia de que os Estados Unidos não deveriam ser rotulados e que transcendiam, de forma significativa, aos estereótipos comumente associados à sua imagem. Por meio de uma simples fórmula, o autor procurou retratar a “alma americana”, que estaria assentada sobre alguns dos preconceitos já arraigados, mas que se equilibravam a partir de “novas” ideias que o pesquisador trazia aos seus atentos ouvintes (e leitores). As tentativas de mostrar que os estadunidenses iam além da superficialidade e das ambições materiais, fazia com que, a cada palestra proferida por Crawford, uma nuance oculta para os brasileiros, fosse revelada sobre este povo ainda “desconhecido”. A ideia que supostamente latino-americanos e estadunidenses possuísem como diferenças cruciais, a busca espiritual em detrimento dos interesses materiais ou pessoais, foram desconstruídas por Crawford, que mostrava em sua narrativa, que mesmo que elas existissem, não poderiam ser generalizadas³⁸⁵. A alma americana, para o autor, era traduzida como idealista, otimista e o menos egoísta possível.

A ALMA AMERICANA EM UMA BREVE FÓRMULA, SEGUNDO CRAWFORD:
<p>IDEALISTA E MATERIALISTA</p> <p>OTIMISTA E PESSIMISTA</p> <p>ENTUSIASTA DA EDUCAÇÃO, MAS CÉTICO EM RELAÇÃO AO SEU VALOR.</p> <p>TECNICISTA E DESCONFIADO DA TÉCNICA</p>

QUADRO 15: Fórmula da alma americana, segundo Crawford³⁸⁶.

³⁸⁵ Sobre esta distinção ver: KORNER, Axel; MILLER, Nicola; SMITH, Adam. **AMERICA IMAGINED**: Explaining the United States in Nineteenth-Century Europe and Latin America. New York, Palgrave Macmillan, 2012, versão kindle; RODÓ, José Enrique. Ariel. Trad. Denise Bottman. Campinas: Editora da Unicamp, 1991.

³⁸⁶ CRAWFORD, Willian Rex. **Panorama da cultura norte-americana**: conferências lidas no Brasil. São Paulo: Empresa Gráfica da revista dos tribunais Ltda, 1945

Uma das maneiras de provar o pouco egoísmo de seu povo, o professor falou sobre uma área em que possuía maior autoridade: o meio acadêmico. Em relação às ciências, em especial as Ciências Sociais, das quais ele era um especialista de renome, citou os esforços que os cientistas de seu país faziam para trazer o conhecimento acadêmico para o povo, especialmente estimulado nos últimos anos. Programas, muitos deles que partiam do governo ou mesmo da iniciativa privada, iam ganhando espaço e agregando cada vez mais cientistas, na articulação de ideias para atender a problemas mais práticos ou para serem ouvidas por mais pessoas. Um dos exemplos deste esforço foi o *The Public Affairs Pamphlet series*³⁸⁷, onde um grupo de leitores não erudito passou a ter acesso ao resultado de pesquisas científicas, em linguagem mais acessível, o que contribuía para que obtivessem uma nova leitura sobre o mundo em que viviam e mostrava, ao mesmo tempo o papel de engajamento destes intelectuais na sociedade ao qual estavam inseridos. Os resultados para a população, a longo prazo, refletiriam em uma opinião pública mais sólida e menos vulnerável ao senso comum. A busca por conciliar a ciência às necessidades da nação, também eram importantes para um momento como o que se vivia, onde a guerra e a restrição de suas liberdades, eram ameaçadas por países que não prezavam, como afirmou o sociólogo, pelos mesmos valores que a “América”. Assim, por meio de uma visão utilitarista da ciência, ela serviria para a vitória e/ou a contenção da Guerra:

O cientista não podia isolar-se da vida que procurava explicar. A sua idolatria duma técnica efêmera não era suficiente. Poder-se-lhe-ia perguntar dentro em pouco o que faria a sua técnica para a organização duma nação armada, para solucionar os conflitos dum mundo que vem procurando a acomodação, a integração, a paz³⁸⁸.

Conforme sua fala vai se delongando, percebemos que o autor procura evidenciar a existência de um pensamento mais profundo entre os estadunidenses, acabando com o estereótipo de serem práticos demais. Em suas palavras: “(...) observada de fora, pode-se dizer que é uma tradição que

³⁸⁷ Tal projeto lançou para um público não erudito cerca de 80 folhetos sobre temas de interesse nacional, e atingiu um total de cinco milhões de exemplares, onde, levaria resultados de conhecimentos científicos em uma linguagem menos acadêmica. In: CRAWFORD, op. cit, p.14.

³⁸⁸ CRAWFORD, Willian Rex. **Panorama da cultura norte-americana**: conferências lidas no Brasil. São Paulo: Empresa Gráfica da revista dos tribunais Ltda, 1945, p. 36.

nos afasta do teórico, talvez do profundo. Até certo ponto, há verdade na crítica que julga ser prático demais o pensamento norte-americano”³⁸⁹. Ele salientou que muitas das críticas conferidas às escritas acadêmicas, especialmente aquelas que supunham uma superficialidade, decorria da habilidade com que muitos de seus intelectuais tinham de escrever para as massas. Entretanto, o fato de alguns destes estudiosos terem como habilidade nata a escrita de fácil absorção para aqueles situados em locais fora do ambiente acadêmico, ela não tiraria a credibilidade em relação ao seu conteúdo. Crawford, buscou deixar claro que havia uma nítida distinção entre a Literatura e a Ciência produzida nos Estados Unidos:

O americano não se rende ao hábil jogador de palavra. (...) Alguns tem mesmo sustentado que há uma contradição inerente entre o estilo belo e a ciência (...) Não digo que nos falte a preocupação estética (...), mas é inegável que para a ciência social, a finalidade é a verdade, e não a beleza³⁹⁰.

Crawford mostra que a constituição das Ciências Sociais em seu país levava em consideração a produção intelectual de outros povos, situados em locais e temporalidades distintas. Havia a menção em sua fala sobre as necessidades em unir esforços para a produção de um conhecimento que levasse em consideração estas várias vozes, brasileiras e estadunidenses³⁹¹. A diminuição do provincialismo, ao qual muitos intelectuais ainda viviam imersos, não derivaria dos estrangeiros que cada vez mais entravam em contato com sua

³⁸⁹ Idem, p. 15.

³⁹⁰ Ibidem, p. 17 e 18.

³⁹¹ “Os nossos pesquisadores de ciência social percebem a continuidade inexorável da história, percebem a pouca contribuição que podem trazer ao acúmulo de conhecimentos da raça. Por isso, não rejeitam a herança cultural, como têm feito, às vezes, a literatura e a arte. Reconhecem a sua dívida ao passado. Começam também a perceber a mútua dependência com os colegas de todos os países. Cada ciência tem uma perspectiva da verdade: a verdade compreende todas. Muitas das nossas produções notáveis são o resultado da cooperação. Infelizmente, até o momento, temos cooperado pouco com os nossos colegas sul-americanos. Só começamos a ser bons-vizinhos quando principiamos a conhecer e a rejeitar mutuamente o nosso trabalho. Se, apesar de toda a crítica – dando-se porém o devido crédito aos méritos da ciência social dos Estados Unidos – justifica-se a nossa convicção de que nenhum decurso de tempo igual, em nenhum país, em nenhuma época, pode mostrar maior valor em matéria de ciência social, esse é um julgamento que se deve deixar ao leitor estrangeiro o qual nos olha com mentalidade um pouco diferente, mas com espírito de justiça e de imparcialidade e com conhecimento e compreensão cada dia maiores”. In: CRAWFORD, Willian Rex. **Panorama da cultura norte-americana**: conferências lidas no Brasil. São Paulo: Empresa Gráfica da revista dos tribunais Ltda, 1945, p. 200 e 201.

sociedade, mas de uma própria iniciativa, que se voltava ao aprendizado de outras línguas e de outras culturas³⁹². Em defesa de sua nação, Crawford expunha, veementemente, que havia, de maneira significativa, um olhar para as humanidades na formação de seus jovens, que antes de cursar qualquer área ligada à conhecimentos mais práticos, passavam por um período no College, onde a erudição fazia-se forte em sua formação:

Mas os que fazem a crítica de uma cultura geral insuficiente, de uma especialização prematura, deveriam observar que nossos filhos não vão diretamente da escola secundária para as faculdades de medicina ou de direito, porque todos na América teem de cursar antes "arts and sciences". Se se acusam agora humanidades, a culpa é delas mesmas, em parte, por se terem perdido em minucias eruditas, por terem deixado de ser "humanas" e por terem negado contribuição valiosa a liberdade do espírito humano³⁹³.

A outra parte do compilado de palestras, versou sobre as Artes de seu país. Em relação a ela, a defesa do autor sobre o apego de seu povo a este tipo de expressão e ao estímulo que o governo Roosevelt oferecia, como nenhum outro antes, aos artistas viverem de suas habilidades, mostrava que, assim como na Europa, havia uma significava originalidade e sensibilidade artística nos Estados Unidos da América. Um dos índices que mensurariam o nível cultural de um país seria a existência e a visitação a museus, tidos como termômetros do índice cultural de uma nação, estando sedimentada sobre as "grandes" obras, os "grandes" pintores e os vultuosos monumentos, principalmente os europeus ocidentais. Não existiria, deste modo, como ele mesmo afirmava, mais museus no mundo que em seu próprio país, o que apontava o interesse de seu povo com expressões artísticas que vinham crescendo a cada exposição, oriunda de artistas locais ou estrangeiros.

³⁹² Franz Boas, foi considerado o responsável pela institucionalização da Antropologia nos Estados Unidos e inventor da etnografia, por observar diretamente povos primitivos. Possuiu enorme influência sobre esta área em sua nação e onde o estudo de culturas e não de raças foi prioridade. Para Stocking Jr, o conceito de cultura desenvolvido por Boas foi mais relativista e pluralista. In: STOCKING Jr, 2004 apud ROIZ, Diogo da Silva. **Franz Boas e a Institucionalização da Antropologia nos Estados Unidos**. (resenha) Espaço Ameríndio, Porto Alegre, v. 4, n. 2, p. 249-255, jul./dez. 2010; Sobre o conceito de cultura desenvolvido por Boas, ver: CUCHE, Denys. **A noção de cultura nas ciências sociais**. (Tradução de Viviane Ribeiro) Bauru: EDUSC, 1999.

³⁹³ CRAWFORD, op.cit

Diante de possíveis críticas sobre uma vinculação umbilical com a Arte europeia, rebate que toda metrópole deixa impregnado tais marcas em suas colônias, e seria insensato não compartilhar delas: “A independência artística chega mais tarde do que a política, mas afinal permite ao artista aproveitar-se das lições europeias, sem deixar de ser americano³⁹⁴”. Visando mostrar ao público brasileiro sobre suas particularidades, o autor ressaltou que, também como ocorria no universo acadêmico, tais produções não ficavam mais restritas à pequenos grupos, como de homens ricos ou eruditos, mas chegavam às suas populações de maneira mais ampla que em décadas anteriores. A defesa desta construção artística que dialogava com a sociedade, fomentaria novos pontos para reflexão nesta mesma sociedade. A Arte (assim como a ciência) deveria fazer sentido e estar imbricada com a localidade ao qual estava vinculada, e a civilidade, referenciada naquele momento, estava ligada diretamente a esta ideia. E era neste quesito, que os Estados Unidos provavam sua competência e sua originalidade.

O artista só é grande se tem alguma coisa que dizer ao seu tempo, se expressa a cultura da qual faz parte, se a enriquece, se por seu gênio é capaz de fazer do momento e da cultura algo que pertença à eternidade. Só deixaremos para os séculos futuros a seleção das obras imperecíveis. Podemos nesse interim gozar duma arte viva, abundante, numa palavra civilizada.³⁹⁵

Crawford resalta que a ascensão ao estímulo das Artes se dava pelo papel de incentivo propiciado pelo governo Roosevelt, uma vez que anos antes, tal ênfase era quase nula. No início da década de 1940, diversos projetos foram criados no intuito de estimular artistas, que segundo o American Art Annual, contava com mais de seis mil registrados em todo o país, propiciando que estes pudessem viver de seus talentos e levar o que havia de mais original para seu público. A Associated America Artists e a Living American Art eram algumas destas associações que estimulavam artistas a difundirem sua arte para a comunidade, meio eficaz para oferecer algo maior que o conteúdo propiciado pelo cinema, que era, já neste período, conhecido e popular. Mesmo o cinema,

³⁹⁴ CRAWFORD, Willian Rex. **Panorama da cultura norte-americana**: conferências lidas no Brasil. São Paulo: Empresa Gráfica da revista dos tribunais Ltda, 1945, p. 307.

³⁹⁵ idem, p. 313.

assim como revistas, jornais ou agências de marketing, possuíam papel importante para que a cultura artística e seus protagonistas continuassem largamente a produzir com qualidade: por contratar pessoas com talentos notórios, acabavam por estimular esta produção, a partir de boa remuneração e possibilidade de sua divulgação a um público amplo, consumidor de seus produtos culturais. O país que, décadas antes, atribuía a palavra “criação” a Deus, passava a perceber que outras pessoas, inclusive elas mesmas, poderiam ser criadoras de novos sentidos para o mundo. Crawford desferia palavras elogiosas ao governo, por meio do Federal Art Project, projeto vinculado ao New Deal que consistiu em contratar obras, entre elas, murais, pinturas, fotografias, esculturas ou aquarelas, com o intuito de não desamparar artistas de diferentes áreas no contexto da crise econômica, estimulando a exposição de seus trabalhos em espaços públicos ou centros artísticos:

A atuação do governo se dividiu em duas fases: uma nada tinha a ver com os desocupados nem com a pobreza, tratando simplesmente de gastar pelo menos um por cento do custo de cada edifício federal (inclusive os correios) em obras de arte para o adorno do edifício. Outra, chamada “Federal Art Project”, foi claramente uma classe de assistência popular aos trabalhos. Em quantidade de produção este projeto foi muito superior às seiscentas obras que devemos à famosa regra de um por cento; os artistas ‘indigentes’, que foram em certa época aproximadamente cinco mil, realizaram para o governo mais de 1300 quadros murais, 48000 pinturas e aquarelas, 3.500 esculturas, 84.000 desenhos e 10000 reproduções de objetos significativos para nossa tradição artística, constituindo o que denominamos o ‘Index of American Design’.³⁹⁶

Assim, seria deveras ingênuo ou denotaria um acentuado desconhecimento, afirmar que o país de Roosevelt representaria apenas o materialismo ou o egoísmo. Crawford, em toda a sua obra buscou retratar que, por meio de áreas conhecidas por ele, as Ciências Sociais e a Arte, que o estadunidense era muito mais que um simples estereótipo, passível de rotulação. Mesmo que a ida a museus, por exemplo, não significasse que todas as pessoas tivessem real consciência daquilo que viam, pois, muitas vezes frequentavam tais locais por modismos, oferecer espaços assim, fomentava um conhecimento mais amplo de mundo e dizia muito a respeito da nação que o

³⁹⁶ CRAWFORD, Willian Rex. **Panorama da cultura norte-americana**: conferências lidas no Brasil. São Paulo: Empresa Gráfica da revista dos tribunais Ltda, 1945, p. 305.

estimulava. Ao mesmo tempo, mesmo que muitos artistas estivessem trabalhando para revistas ou mesmo para o cinema (que poderia conotar um caráter meramente comercial de sua Arte), tais espaços eram meios eficazes para levar a quase treze milhões de pessoas, os traços arrojados de suas expressões culturais. O sociólogo reiterava, a cada palestra, o papel de seu governo sobre o estímulo de uma Arte não apenas voltada ao presente, mas também para o passado, para a História de sua nação. Isso seria, como podemos supor, uma mostra de que os Estados Unidos eram uma verdadeira civilização. Segundo Crawford, dado este panorama, ninguém poderia continuar imaginando que “(...) os artistas dos Estados Unidos nada exprimiriam do país, nada teriam a dizer que fosse propriamente nosso e de nossos dias. Esse juízo já não tem razão de ser”³⁹⁷. Talvez para seus ouvintes (e futuros leitores) esta visão já não poderia mesmo, depois de tudo ouvido, ter mesmo sentido.

4.2 – Viagens e viajantes na terra de Tio Sam.

No ano de 1930, 6.927 cidadãos dos Estados Unidos visitaram países da América do Sul e 15.621, a América Central. Neste mesmo ano, 64.837 turistas dos Estados Unidos chegaram ao norte europeu e 45.194 à região do Mediterrâneo. Anos mais tarde, 1938, estes números pouco variaram: 7.714 desembarcaram na América do Sul e 15.216 na América Central, número muito pequeno se compararmos aos 40.220 que foram para o norte da Europa e 28.072 para o Mediterrâneo³⁹⁸. Tais dados, obtidos de um relatório confidencial sobre o Brasil produzido pelo governo Roosevelt em 1940, revela que o interesse pelas Américas situadas abaixo do Rio Grande não era o grande atrativo de turistas, fossem eles estadunidenses ou mesmo europeus, nos períodos mencionados. Os trópicos, por muito tempo, foram vistos como locais da degradação humana, da propagação de doenças incuráveis ou letais e da dissolução moral. Embora, desde o início do século XX tais pensamentos fossem sendo, aos poucos, dissipados, por conta do turismo que ia se consolidando na

³⁹⁷ Idem, p. 304.

³⁹⁸ NACP. RG 229, box 174, 2. “**Principal facts concerning economic position of Brazil**”. Confidential report. Commercial and financial, countries files: Brazil. 22 de Janeiro de 1940, p. 18.

região ou por novas ideias acerca da diferença cultural, a rota preferida para muitos ainda eram cidades tidas como civilizadas e situadas além do Atlântico³⁹⁹.

Viagens ao Brasil ocorreram maciçamente desde a chegada dos portugueses. Entretanto, até o século XIX, o aportar em locais inóspitos estava associado ao desbravamento e ao conhecimento sobre o “exótico”, o que geralmente requeria um certo grau de desprendimento e aventura por parte do viajante. No início do século XX foram fortalecidas as viagens onde a aventura cedeu lugar a agendas pré-determinadas, que visavam o entretenimento e o descanso. Os roteiros prévios, com locais certos para a hospedagem e visitação, foram se tornando preferenciais entre os viajantes que queriam visitar outras regiões, mas tinham certo receio pelo “novo”, ou pelo “desconhecido”. Em regiões que pouco atraíam visitantes para este fim, somava-se, além dos estereótipos corriqueiros, a falta de estrutura para receber tais viajantes. Segundo os autores do “Principal facts concerning economic position of Brazil⁴⁰⁰”, relatório confidencial datado de 22 de janeiro de 1940, o problema no transporte a turistas no Brasil dava-se pela ausência de:

(...) Navios mais rápidos, melhores hotéis, viagens confortáveis de trem, guias turísticos bem informados, a eliminação de exigências documentais do governo brasileiros para o visto de turistas dos Estados Unidos, melhores instalações para verificação aduaneira da bagagem, são alguns dos pontos pendentes a serem estudados com o objetivo de aumentar a viagem para Brasil⁴⁰¹.

Com o anúncio oficial da “Política de Boa Vizinhaça” e a posterior criação do OCIAA, as empresas estadunidenses, que cada vez mais expandiam seus negócios para a América Latina, viram neste estreitamente cultural, a

³⁹⁹ Na obra “Tropical Whites”, Cooks afirma que o turismo auxiliou na percepção das diferenças nacionais (e culturais) no fim do último século colonial no hemisfério ocidental. A partir da exploração do turismo para regiões mais quentes (Flórida, Caribe ou México), preconceitos foram, paulatinamente, sendo repensados ou mesmo transformados, à luz das novas interações que o turismo a estas regiões despertava nestes viajantes. In: COCKS, Catherine. **Tropical Whites: The rise of the Tourist South in the Americas**. Philadelphia, PA: University of Pennsylvania Press, 2013.

⁴⁰⁰ NACP. RG 229, box 174, 2. “**Principal facts concerning economic position of Brazil**”. Confidential report. Commercial and financial, countries files; Brazil. 22 de Janeiro de 1940.

⁴⁰¹ TEXTO ORIGINAL: “(...) Faster ships, superior hotel, comfortable railway travel, well informed guide services, elimination of Government Documentary requirements for bona fide United States tourists, improved facilities for Customs examination of baggage are some of the outstanding points to be studied with the view to increasing travel to Brazil”. In: NACP. RG 229, box 174, 2. “**Principal facts concerning** (...) p. 18.

oportunidade perfeita para ampliar seus clientes e criar novos padrões de consumo. Assim, podemos ver estampados diversas propagandas, em revistas ou jornais da época, que estimulavam o turismo comercial, que ganhava a justificativa da oportunidade de se desfrutar momentos únicos, em terras pouco conhecidas e repletas de encanto e hospitalidade. Em uma destas propagandas, promovidas pela companhia “Delta Line”, na revista “Brazil”, da American Brazilian Association, fica nítido este fomento ao turismo no país, que em diversos momentos era veiculado como importante para se desfrutar momentos de felicidade, visando construir “memórias agradáveis” com a família. A imagem que acompanha o anúncio também é elucidativa, onde além do navio, com uma grande dimensão e possivelmente resistência para seguir a longa jornada rumo à América do Sul, mostra no horizonte o Pão de Açúcar. Aos poucos, lugares vão se tornando icônicos, visando a rápida identificação destes ao redor do mundo, por pessoas que pouco, ou quase nada, conheciam sobre estes locais que, lentamente iam se tornando “pontos turísticos”. Ao lado de locais já famosos como a Estátua da Liberdade ou Torre Eiffel, o Cristo Redentor e o Pão de Açúcar, foram sendo veiculados, a partir de sua corriqueira representação em revistas, folhetos de viagens ou mesmo pelo cinema, como sinônimos de Brasil e/ou oriundo da cultura brasileira.



Imagem 13: Propaganda da revista “Brazil”⁴⁰².

⁴⁰² TEXTO ORIGINAL: Pleasant memories: Are you planning to take a trip to romantic, distant lands? If so, see that you get your money-s worth. Your joy should be threefold. First, there is the

Você está planejando fazer uma viagem a terras românticas e distantes? Se assim for, verá que ganhar o seu dinheiro valerá a pena. Sua alegria deve ser tríplice. Em primeiro lugar, há a diversão de planejar sua viagem, comprar roupas, estudar os navios a vapor, e escolher a viagem certa, etc, em seguida, há a viagem em si com suas esperadas e inesperadas aventuras. Por último, mas não menos importante, é a diversão de conversar sobre a viagem com seus amigos e relatar muitos incidentes incomuns ou divertidos. Para tirar o máximo proveito de sua viagem, viajar para a América do Sul em vapores da bandeira americana da DELTA LINE. Consulte seus agentes de viagens para obter detalhes⁴⁰³.

À medida em que este turismo comercial ia aumentando, fosse pelo interesse de americanos, dos diversos cantos do continente, que a cada dia se viam diante de propagandas atraentes sobre um conhecimento internacional, outros tantos viajavam pela primeira vez para os Estados Unidos, a partir de convites feitos por universidades, pelo governo Roosevelt, a partir do OCIAA ou por outras entidades privadas, que estavam congraçadas no ideário da “boa vizinhança”. O olhar que tais viajantes estabeleciam com a terra de Tio Sam, tornaram-se palestras, ou mesmo livros para a circulação nacional. As viagens realizadas por diversos brasileiros durante a vigência da “Boa Vizinhança”, reafirmam esta ideia de viagens criadas a partir de planejamentos prévios, com roteiros marcados com diversão e sensações mediadas pelos elaboradores dos roteiros, neste caso, o OCIAA, que estipulava, passo a passo, o que os escolhidos veriam nos Estados Unidos. Os viajantes eram, em geral, pessoas vinculadas às elites do país, como jornalistas, estudantes, professores universitários, advogados, engenheiros, políticos e militares.

As viagens oferecidas aos latino-americanos eram meticulosamente organizadas pelo escritório de Rockefeller. Havia uma Seção de Recepção aos estrangeiros (Inter-American Travelers' Index and Reception Section) que aportavam em Nova York ou Miami. Vinculado ao Departamento de Estado e tendo o auxílio do Exército e da Marinha, todos os convidados oficiais que chegavam a convite da Divisão de Relações Culturais do Departamento de

fun of planning your trip, buying clothes, studying steamer folders, and choosing the right trip, etc. then there is the trip itself with its expected and unexpected adventures. Last, but not least, is the fun of talking the trip over with your friends and relating many unusual or amusing incidents. To get the most out of your trip, travel to South America on DELTA LINE'S American Flag steamers. See your travel agents for details. In: BRAZIL. Nova York: *American Brazilian Association*. Set, 1941, p. 6.

⁴⁰³ BRAZIL. Nova York: *American Brazilian Association*. Set, 1941, p. 6.

Estado ou pelo OCIAA eram recepcionados desde sua chegada. Nestes locais, todos os visitantes estrangeiros que aportavam eram devidamente recebidos, com o auxílio que se estendia desde informações básicas sobre suas próximas conexões, via trem ou avião, a intérpretes, pois, muitas vezes, eles não falavam fluentemente a Língua Inglesa. Também havia orientações em relação à documentação para entrada no país e em suas hospedagens. Coube também ao OCIAA, a programação dos itinerários para que os visitantes pudessem conhecer melhor a cidade, que durante seus roteiros, privilegiavam os encontros destes com ilustres estadunidenses, atuantes em áreas de interesse dos visitantes⁴⁰⁴.

Estes viajantes que foram convidados pelo governo dos Estados Unidos e que foram direcionados, em seu destino, pelo OCIAA, ficaram inebriados com o que viram: uma poderosa e progressista nação, onde as pessoas gozavam de bem-estar, liberdade de credo e opinião e desfrutavam do conforto e dos benefícios que o avanço tecnológico poderia lhes oferecer. A experiência no exterior foi tão inebriante, que quando regressavam ao país, proferiam entusiasmadas palestras para seus pares, ou escreveram livros, que iam desde as obras de Erico Veríssimo “Gato preto em campo de neve” (1941) e a “Volta do Gato preto” (1947), ou como roteiros para viajantes, que era muito mais uma descrição dos modos e costumes de tal sociedade, como o caso das duas obras que veremos neste capítulo, escritas pelo jornalista Arlindo Pasqualini e outra pelo historiador Pedro Calmon, “Sobrinhos de Tio Sam” (1944) e “Estados Unidos de leste a oeste” (1942), respectivamente.

A importância de tais escritos reside em duas frentes principais: a primeira delas consiste na forma como pessoas olham para outros povos em determinados momentos da História e como os descrevem, tornando tais obras relatos interessantes sobre um povo a partir do olhar estrangeiro; mas principalmente porque tais viagens eram organizadas previamente pelo OCIAA, que selecionava aquilo que lhes interessava ser mostrado aos ilustres convidados, elevando estas narrativas a relatos que, além de mostrar a visão de seus autores sobre algo novo, retratavam como eles eram recepcionados pelas

⁴⁰⁴ ROWLAND, Donald, W. (dir.). **History of the Office of the Coordinator of Inter-American Affairs** – Historical Reports on War Administration, Washington: Government Printing Office, 1947, p. 109.

equipes da “boa vizinhança”, que por meio de seus roteiros, desejavam fazê-los “descobrir” um país previamente selecionado. Schollhammer (2000) afirma que, este contato com o novo, está permeado de preconceitos mútuos, permitindo não apenas ao estrangeiro olhar para o local visitado a partir de suas expectativas ou estereótipos, o próprio nativo, muitas vezes, se vê a partir de tais construções, fazendo com que “(...) representação e auto representação dialogam polemicamente no processo dinâmico das identidades nacionais e culturais⁴⁰⁵”. Dessa forma, recorrer a relatos de viagem produzidas no contexto da Boa Vizinhança, seria importante pois elas são “(...) um documento precioso do encontro com o Novo e merece atenção especial por permitir que o imaginário literário atue para compensar as deficiências nos esquemas científicos de compreensão⁴⁰⁶. Pode-se também partir do pressuposto que:

(...) a narrativa de viagem é a representação de uma experiência na qual categorias de análise e conceitos científicos, que demarcam e classificam observações sobre a realidade social, formação linguística, sistema jurídico, tecnologias, mitos e lendas, etc. – podem interagir com a reflexão do observador ou do narrador sobre a relação entre esta vivência e sua formação pessoal⁴⁰⁷.

É certo que cada pessoa enxerga e interpreta fatos e ideias de modo distinto. O que orientará sua percepção sobre um determinado povo, país ou período histórico são as imagens prévias que possui sobre este “novo”, que em geral, parte das informações e percepções de mundo previamente estabelecidas. Quando um viajante conhece algo, ele busca em suas próprias memórias, informações que sirvam como referência para assemelhar, diferenciar ou mesmo refutar aquilo que pela primeira vez ele enxerga. Porém, os estereótipos, que moldam nossas prévias visões sobre o desconhecido, nem sempre são dissipadas em um contato com o “outro”. Muitas vezes eles servem para reforçar ou significar aquilo que se vê em uma outra localidade⁴⁰⁸. Assim,

⁴⁰⁵ SCHOLLHAMMER, Karl Erik. Representações do exótico nos relatos de viagem. In: STEVENS, Cristina M. T (Orgs). **Quando o Tio Sam pegar no tamborim**: uma perspectiva transcultural do Brasil. Brasília: Editora Plano/Oficina Editorial do Instituto de Letras da UNB, 2000, p. 20.

⁴⁰⁶ Idem, p. 21.

⁴⁰⁷ Ibidem.

⁴⁰⁸ Ibidem.

da mesma maneira que o intelectual europeu ou estadunidense que chegava ao Brasil buscava olhar para tal terra visando a sua originalidade e seus traços mais autênticos, os brasileiros que chegavam aos Estados Unidos, pareciam buscar ou estabelecer uma relação de proximidade com a terra progressista que viam e que supunham, um dia, implementar no Brasil⁴⁰⁹.

4.2.1 Pedro Calmon e as narrativas de viagem.

Pedro Calmon Moniz de Bittencourt (1902-1985), historiador não profissional, mas conhecedor notável da História do Brasil, político, diplomata, escritor, professor e jornalista, por vários anos esteve vinculado a um grupo de intelectuais que tinha na exaltação nacional⁴¹⁰, um dos principais vieses de suas teses⁴¹¹. Foi o autor de muitas obras, prefácios e apresentações, que versaram sobre diferentes temas, com grande destaque à história do Brasil Imperial⁴¹²,

⁴⁰⁹ Um dos grandes ícones da análise sobre estereótipos e a interpretação da realidade foi Ernst Hans Gombrich. Interessado na História da Arte, por meio da problematização da construção e interpretação de obras de arte, especialmente, o autor mostrou como uma psicologia da percepção e posteriormente, a semiótica, são imprescindíveis para se pensar as representações. Para ler mais sobre este tema, ver: GOMBRICH, E. H. **A história da arte**. Rio de Janeiro: LTC, 1993; **Arte e ilusão**: um estudo sobre a psicologia da representação pictórica. São Paulo: Martins Fontes, 1995; **El sentido de orden**: estudio sobre la psicología de las artes decorativas. Tradução Esteve Ríambau i Saurí. Barcelona: G. Gili, 1979; **Imagini simboliche**: studi sull'arte nel rinascimento. Tradução Renzo Federici. Milano: Leonardo Arte, 2002.

⁴¹⁰ DORELLA, Priscilla. **Mudaram os vizinhos ou mudaram nós?** Revista De História Online. Disponível em: <http://www.revistadehistoria.com.br/secao/retrato/ampliando-o-discurso>. Acesso em 15/07/2016.

⁴¹¹ Seguindo uma corrente de pensamento fomentada por Capistrano de Abreu, que buscava por meio da pesquisa com fontes e formulação de sínteses, escrever uma história para o Brasil mais nacionalista e que destacasse o social, cultural e o econômico, Pedro Calmon, passa a se dedicar a uma escrita da História posteriormente alvo de críticas na academia, por seu caráter conservador e que fomentava a ideia de um trajetória onde os embates, os massacres, os silenciados, deixavam de figurar o debate para mostrar uma História mais otimista, que aceitava tais questões de maneira passiva, focando os olhos em um futuro, supostamente, melhor. IN: REIS, José Carlos. **Identidades do Brasil**: de Varnhagen a FHC. 9. ed. ampl. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007; REIS, José Carlos. **As identidades do Brasil 2**: de Calmon a Bomfim: a favor do Brasil: direita ou esquerda?. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006; VALE, Nayara Galeno. **Hélio Vianna e Pedro Calmon**: identidade do historiador e embates em torno da escrita da História do Brasil. Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, 2012. Disponível em: https://www.bn.gov.br/sites/default/files/documentos/producao/pesquisa/2012/nayara_galeno_do_vale_tra_revisado_0.pdf. Acesso em 08/09/2016.

⁴¹² Entre as muitas de suas obras, destacam-se aquelas dedicadas à área de História do Brasil: A conquista: história das bandeiras baianas (1926); História da Bahia (1927); História da Independência do Brasil, separata da Revista do Instituto Histórico (1929); História da civilização brasileira (1932); História social do Brasil: 1º vol.: Espírito da sociedade colonial (1935); 2º vol.: Espírito da sociedade imperial (1937); 3º vol.: A época republicana (1939); História da Casa da Torre (1939); História do Brasil, 1º vol.: As origens (1939); 2º vol.: A formação (1941); 3º vol.: A organização (1943); 4º vol.: O Império (1947); 5º vol.: A República (1955); História diplomática

justificado por ser um descendente de aristocratas mineiros e baianos que estiveram presentes na administração pública deste período e posteriormente, na república. Muito conhecido e respeitado à sua época (entre seus admiradores estava Gilberto Freyre), exerceu, entre outras funções, a de integrante da décima sexta cadeira da Academia Brasileira de Letras (de 1936 até a sua morte), da reitoria da Universidade do Brasil (entre 1948 a 1966)⁴¹³ e sócio efetivo do Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro (IHGB). Com uma produção historiográfica intimamente ligada a preceitos defendidos por Ranke e Varnhagem, ideias como civilização, nação, verdade histórica e evolução, estiveram presentes em sua narrativa e acabaram por gerar críticas por aqueles que o viam como crédulo em demasia no desenvolvimento do Brasil (desconsiderando seus reais problemas), ultraconservador e com uma escrita excessivamente narrativa.

Para ele somos um povo unido, com caráter bem-definido, com bom quinhão territorial, sem problemas graves de nenhuma ordem, e evoluímos serenamente, sem rupturas, para a nossa melhor expressão, para a nossa integração, para a nossa felicidade brasileira. Sua obra quer oferecer à juventude brasileira a consciência de nossa felicidade e ensiná-la a se orgulhar e a amar incondicionalmente a sua pátria e a defender com bravura a sua “brasilidade”⁴¹⁴.

A escrita de Calmon foi diretamente influenciada por duas correntes de pensamento, apontadas por José Carlos Reis: o historicismo romântico de Herder e a vertente católica do Cristianismo. O alemão Johann Gottfried von Herder (1744-1803), acreditava que cada período histórico possui características próprias e que o espírito humano necessita, para ser analisado, de um método distinto daquele utilizado para se problematizar os fenômenos naturais. Buscou

do Brasil (1941); Brasil e América: História de uma política (1941); História da fundação da Bahia (1949); O segredo das minas de prata, tese de concurso (1950); Brasil, com Jaime Cortesão (1956); História do Brasil, 7 vols., ilustrados (1959); Brasília, catedral do Brasil: história da Igreja no Brasil (1970); História do Ministério da Justiça 1822-1922 (1972); História de D. Pedro II. 5 vols., ilustrados (1975). Disponível em: <http://www.academia.org.br/abl/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm%3Fsid%3D193/bibliografia>. Acesso em: 25/11/2016.

⁴¹³ Sobre a biografia de Pedro Calmon, ver o site da Academia Brasileira de Letras: Disponível em: <http://www.academia.org.br/abl/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm%3Fsid%3D193/biografia>. Acesso em 25/11/2016.

⁴¹⁴ REIS, José Carlos. **As identidades do Brasil 2: de Calmon a Bomfim: a favor do Brasil: direita ou esquerda?**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006, p.33.

um conhecimento que partisse do particular, sem focar em generalizações, enraizado, assim, em uma escrita que mostrava como que os sujeitos adquiriam suas capacidades próprias a partir das vivências coletivas. Tais indagações refletiram em sua concepção de nação, que segundo ele evoluiria a partir de fatores relacionados ao ambiente, aos acontecimentos de um tempo específico e pelas raças que as compunham, uma vez que traziam geneticamente, características específicas que as diferenciavam de outras raças. Desta maneira, mesmo quando subjugados, ou em contato com outros povos, uma raça jamais perderia suas características próprias. Os Estados nacionais, de um mesmo modo, não deixariam de ser o que eram em essência, mesmo em meio a situações adversas. Ao historiador, caberia mostrar tais histórias sem paixões, objetivando um relato imparcial sobre o que lhe era narrado⁴¹⁵.

Esta primeira influência sobre o pensamento de Calmon resultou em uma narrativa que, principalmente em obras como “A história da civilização brasileira”, ofereceu aos seus leitores um Brasil como uma “alma natural”, um espírito original, uma comunidade nacional, uma pátria-mãe, que tem como corpo o território de uma parte bem-definida da América do Sul⁴¹⁶. Este espírito original faria com que o brasileiro, em qualquer lugar em que estivesse, não deixasse de ser o que era, pois, as suas especificidades, estavam imbricadas em seu ser. O pensamento cristão, neste sentido, corroborou com a definição do que seria a “brasilidade”, à medida em que ideias como igualdade, fraternidade, acolhimento ou mesmo, generosidade, incorporaram os adjetivos atribuídos ao povo brasileiro.

Ele vê o espírito natural brasileiro com qualidades cristãs: igualitário, fraterno, generoso, resignado, misericordioso, acolhedor. O amor particularista brasileiro é temperado pelos generosos valores cristãos. O seu olhar sobre o Brasil é patriótico e filantrópico, humanista, cristão (...)⁴¹⁷

⁴¹⁵ REIS, José Carlos. **As identidades do Brasil 2: de Calmon a Bomfim: a favor do Brasil: direita ou esquerda?**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006, p.36 e 37.

⁴¹⁶ Idem.

⁴¹⁷ CALMON, Pedro. **Estados Unidos de leste a oeste: páginas de viagem**. Rio de Janeiro: Editora a noite, 1942, p. 40.

Sempre engajado nos rumos, acadêmicos ou políticos do Brasil, Pedro Calmon, entusiasta do monarquismo e que durante muito tempo olhou para influências de democracias como os Estados Unidos a partir de um viés de rejeição, narrou de maneira inebriada a experiência que teve ao se deparar com a terra de Tio Sam. Após sua viagem, ocorrida entre abril e junho de 1941, transpôs suas memórias em papéis, que acabaram por configurar um livro, onde pretendeu traçar um panorama sobre o país que visitou, visando auxiliar os demais viajantes que pretendessem, um dia, também, conhecer tamanha nação. Em “Estados Unidos de leste a oeste⁴¹⁸”, vemos um homem que, movido pelas inúmeras informações colhidas em sua viagem, exaltou aquilo que viu, de maneira apaixonada e tantas vezes, vislumbrada. Calmon ressaltou a ideia de um progresso material não destituído de uma superioridade intelectual, que transpunha o simples materialismo, que tantas vezes, de maneira simplista, era atribuída aos seus “vizinhos”. Para Calmon, os estadunidenses mostraram a ele que, em um esquema de evolução, pareciam figurar as primeiras posições. Os adjetivos que eram atribuídos a esta nação, como “poderosa, culta, instruída, humana”, iam ao encontro dos já mencionados por Crawford em suas palestras proferidas pelo Brasil. Ambos os discursos não eram conflitantes, ao contrário, eles se completavam, estavam em sintonia com a diplomacia de Vargas em relação aos Estados Unidos. Para ele:

Os norte-americanos de 1941 tinham essa justa vaidade. Criaram a mais forte nação do mundo. Além da mais poderosa, a mais culta. Além da mais instruída, a mais humana. Além da mais hospitaleira, a mais virtuosa⁴¹⁹.

Entre as diversas passagens trazidas por Calmon, frisaremos aquelas que o autor destaca a superioridade moral e econômica dos Estados Unidos e nos elementos narrativos trazidos pelo autor para embasar sua argumentação. Nos interessa nesta obra, o itinerário organizado pelo governo estadunidense para que este intelectual visualizasse (e se encantasse) pelo país visitado e ao mesmo tempo, como o discurso do intelectual vai emitindo suas comparações

⁴¹⁸ CALMON, Pedro. **Estados Unidos de leste a oeste**: páginas de viagem. Rio de Janeiro: Editora a noite, 1942.

⁴¹⁹ Idem, p. 6.

ou mesmo projeções para o Brasil, que ainda, em uma escala evolutiva, não havia atingido (mas que poderia), um patamar como o europeu ou o estadunidense. Uma das primeiras questões apontadas e que vez ou outra, foi inserida em sua obra, diz respeito a admiração do autor em relação ao clima de tranquilidade (porém, de aparente mobilização) ao qual os cidadãos dos Estados Unidos vivenciavam, fosse a bordo do navio em que o transportava, fosse em terra firme. Talvez Calmon esperasse por um clima de tensão e apreensão, dada a gravidade um conflito bélico requer, porém, mesmo em meio a este conflito, o clima nos ambientes frequentados por estadunidenses era tranquilo e notadamente descontraído. Esta sensação foi descrita logo no início da viagem, a bordo do navio da “boa vizinhança”. Os jornais disponíveis para leitura, bem como os passageiros que rumavam ao hemisfério norte, quase não falavam sobre a Guerra. A sensação de que a vida seguia em frente, sem grandes alardes, mas em constante mobilização, foi o primeiro grande traço deste povo que ficou impregnado na memória de Calmon. A suavidade desta viagem o levava a crer estar em um outro planeta, que muito poderia se assemelhar ao último destino de sua viagem:

Essa felicidade inocente, regulamentar, sem vozes dissonantes, sem conversas ásperas, sem pensamentos incômodos, macia como um programa de férias, despreocupada como a alma infantil, essa felicidade dócil nos anuncia a América⁴²⁰.

Antes de aportar em Nova York, o navio que trouxe nosso viajante, fez uma parada em Trinidad e Tobago, pequeno país da América Central. A descrição deste local, que esteve permeada de preconceitos e juízos de valor, foi mostrada como a antítese do que seria encontrado mais tarde, no destino final. Tratado como uma espécie de última parada antes do deleite de uma verdadeira civilização, o povo e a cultura tobaguiana foram, a cada descrição, associados a estereótipos grosseiros e comparações que deixavam claro que a ideia de uma cultura europeia (e posteriormente estadunidense) superior e civilizadora, ainda permeava de maneira intensa, o imaginário de homens como

⁴²⁰ CALMON, Pedro. **Estados Unidos de leste a oeste**: páginas de viagem. Rio de Janeiro: Editora a noite, 1942, p. 10.

este historiador brasileiro da década de 1940. Como exemplo desta forma utilizada para a narrativa, podemos citar o momento em que exalta a beleza de alguns dos jardins planejados da cidade, que por serem de inspiração europeia e trazerem flores e arbustos selecionados, pareciam ganhar destaque em meio a outros locais próprios da redondeza.

Detalhes da indumentária de homens e mulheres desta localidade não passaram despercebidos. O primeiro aspecto observado e recorrentemente salientado foi a quantidade de pessoas negras no país e de seus costumes que eram, em quase todos os momentos, distintos daqueles compartilhados pelos poucos descendentes de europeus que residiam na localidade. As mulheres negras, em uma citação que lhe rendeu algumas páginas, chamaram sua atenção à medida em que desfilavam com diversos chapéus, grandes e coloridos, porém, que contrastavam com as mulheres brancas que, naquele mesmo espaço, deixavam seus cabelos soltos, sem adornos, como as europeias modernas. Estas últimas desfilariam nestas regiões um visual descrito como mais moderno e adequado com a localidade e com os tempos em que viviam: “Gostam de apresentar-se, mais modestas, na cosmopolita cidade onde todas as etnias do mundo se encontram, confraternizam e caminham. E – com razão ou sem ela – abominam os chapéus...”⁴²¹. Os homens tobaguianos seriam, em sua descrição, “(...) simples serviçais, ativos e sadios”, sem semelhança com “(...) as raças feias e pequenas da África portuguesa”⁴²². Ao salientar a origem destas pessoas, deixava clara uma defesa em prol de uma hierarquização de povos: “(...) são de elevada estatura, ingênuos e vigorosos, provavelmente oriundos da Guiné, da costa do Ouro ou Serra Leoa, de onde os avós de seus avós se passaram à América central”⁴²³.

No simbolismo expresso pelo uso do chapéu, ou na atribuição de adjetivos como “serviçal” e “sadio”, vê-se em Calmon esta sutil crítica aos negros do país, aos quais, por conta da “extravagância” das mulheres, as relega a um descompasso com a moda europeia (referência de comportamentos ainda tidos como dignos de serem seguidos); ou dos homens, que eram observados a partir

⁴²¹ CALMON, Pedro. **Estados Unidos de leste a oeste**: páginas de viagem. Rio de Janeiro: Editora a noite, 1942, p. 16.

⁴²² idem, p. 15

⁴²³ Ibidem.

de sua força e capacidade para “servir” aos brancos. Em certa medida, com ideários da época onde a mestiçagem era condenada, ou tida como empecilho para o desenvolvimento, Calmon parecia demonstrar, nestes trechos onde cita, de forma direta, a questão racial na constituição de Trinidad e Tobago, que tais características poderiam decorrer em possibilidades de futuro, por conta das diferenças no biótipo destes descendentes de africanos que passaram a residir em diversas regiões do continente americano⁴²⁴. A maneira como Calmon abordou o país da América Central, onde a referência às questões raciais e à exaltação de aspectos herdados da Europa foram preponderantes, contrastaram-se como a descrição dos Estados Unidos, que foi abordado a partir de aspectos, especialmente, materiais e psicológicos de seu povo. Para tal fim, o afro americano precisou ser, praticamente, omitido da narrativa.

Em solo estadunidense, precisamente em Nova York, em abril de 1941, onde sua aventura começou, diversos foram os elogios proferidos à terra que lhe acolhera. Sua característica diferenciada pôde ser vista desde sua arquitetura, até aos modos de vida de seus habitantes, que supostamente refletiriam a cultura de liberdade e democracia estabelecida por longas décadas. Um de seus elogios foi destinado à padronização do país, que mesmo em bairros mais pobres e afastados das regiões centrais de Manhattan, pareciam seguir uma rigorosa metrificação: “Dir-se-ia que o urbanista de Manhattan andou a riscar, a ornamentar, com a seca monótona de sua técnica, todos os Estados Unidos⁴²⁵”. Esta disposição padronizada e ao mesmo tempo pouco ornamentada, seria o reflexo vívido da democracia e da objetividade dos Estados Unidos:

Em Niagara Falls como em Búfalo, em Filadélfia como em Houston, em Boston, Omaha, ou ‘Grapher Praire’, a ‘Main Street’ não varia: porque o Progresso estendeu, sem preferencias regionais, a influência igualitária, dum a outro extremo desta democracia plástica⁴²⁶.

⁴²⁴ As elites brasileiras desta primeira metade do século XX, em sua grande maioria, viam a questão racial, de extrema miscigenação do povo, como um empecilho para o desenvolvimento do Brasil. Calmon, no entanto, procura mostrar que a situação particular do país, poderia ser revisitada, e tal mistura compreendida como uma possibilidade de crescimento e progresso. O encontro do africano, do indígena e do europeu, teria criado indivíduos “médios” e estes, poderiam construir uma civilização brasileira. In: VALE, Nayara Galeno. **Hélio Vianna e Pedro Calmon**: identidade do historiador e embates em torno da escrita da História do Brasil. Anais do XXVII Simpósio Nacional de História da Anpuh: Natal/RN, 2013, p. 9.

⁴²⁵ CALMON, Pedro. **Estados Unidos de leste a oeste**: páginas de viagem. Rio de Janeiro: Editora a noite, 1942, p. 24

⁴²⁶ Idem.

A arquitetura, a engenharia nas construções de Nova York, em especial as do Rockefeller Center, espelhavam o futuro, um futuro engenhoso. Uma das comprovações deste futuro, estaria assentada sobre o interesse de sua população com a cultura do país, vista, especialmente, pelo grande número de visitantes aos museus históricos ou planetários espalhados por muitas cidades. Termos como civilização, evolução e progresso, todos eles foram inseridos em uma mesma narrativa, voltada à exaltação de um país que, aos poucos, ia sendo por ele conhecida⁴²⁷. Calmon fez também, um extenso elogio aos Rockefeller e à dedicação com que haviam consolidado sua fortuna, tornando-se ícones do bem-sucedido estadunidense, que mesmo diante de uma trajetória pessoal de sucesso, conciliava seu tempo e esforços com programas voltados à filantropia. Dos milhões que circulavam em Wall Street: “Quantos milhões, ali dentro? O funcionário modesto limita-se a piscar o olho. Não diz nenhuma cifra. Seria ininteligível: números esmagadores”⁴²⁸, foi, da mesma maneira elogioso em relação ao passado e à forma como foi assentada a História do Estados Unidos da América.

Sobre os valores morais compartilhados pela população, o autor buscou mostrar que eles não se limitavam àqueles arraigados no senso comum. Além de práticos e objetivos, havia um notório respeito ao outro e às regras estabelecidas coletiva e historicamente. A ordem, a tranquilidade, a decência, a obediência à propriedade privada, eram uma realidade e ocorriam sem que grandes esforços tivessem que ser feitos pelas autoridades. Em uma situação que vivenciara, salientou a ‘boa educação’ dos estadunidenses, quando após um discurso de Hull, os convidados aplaudiram sua fala “sem excitações extemporâneas, sem fúrias aparentes: com a boa educação que há de desejar-se nas assembleias requintadas e homogêneas”⁴²⁹. Mesmo habitando um local que garantia a liberdade para todos, o cidadão comum respeitava o outro e as regras previamente estabelecidas:

⁴²⁷ “Corramos à Radio City. (...) Onde a magia dos eletricitistas trança os arames da futura Civilização. E o milagre da televisão nos é singelamente revelado numa câmara de espelhos pequenos. Num salto percorremos a vasta Evolução. Dos seres inferiores ao novo Prometeu. Da penumbra dos galinheiros à lucidez dos anjos. O povo educa-se”. Ibidem, p. 44

⁴²⁸ CALMON, Pedro. **Estados Unidos de leste a oeste**: páginas de viagem. Rio de Janeiro: Editora a noite, 1942, p. 48.

⁴²⁹ Idem, p. 55.

Ai de quem abusar de sua liberdade (...). Ai de quem molestar o vizinho, de quem perturbar a harmonia coletiva, de quem se rebelar contra a sua mecânica irresistível! Ai de quem ofender as ideias consagradas que tem os americanos da ordem, da decência, da tranquilidade, do decoro externo! Ai de quem obstruir o tráfego, de quem danificar a propriedade, de quem infringir a lei (...)!⁴³⁰

Para Calmon, a evolução deste povo devia-se à mais poderosa de todas as suas “superstições”, a Ciência. Ela, resultante da “fome de conhecimentos” expressiva dos estadunidenses, acabava por ultrapassar seu aspecto sentimental, que também era uma de suas marcas⁴³¹. Nos Estados Unidos, os estudos científicos chegavam à sua população, saciando aqueles que, mesmo acelerados pelo ritmo veloz do progresso, amavam a verdade acima de tudo: “(...) perpetra o que é costumeiro na influência norte-americana: a descida da Ciência do seu caráter hierático para o nível da rua atulhada de curiosidade, de pobreza, de anseios anônimos⁴³²”. Por fim, entre os aspectos que selecionamos da obra de Calmon, no que diz respeito às suas percepções acerca dos Estados Unidos, vemos que ele se mostrava bastante otimista em relação a este país, verificando que este seria o novo paradigma que substituiria a Europa, no que tange à sua influência cultural, econômica e política:

A América é assim a sucessora da Europa. À medida que se apagam, além do Atlântico, as antigas flamas da cultura e do progresso, brilham mais numerosas as que de novo iluminam este continente. Percebe-se a transferência das luzes, a emigração das forças construtivas, o refúgio dos ‘eternos motivos’ de beleza e emoção⁴³³.

Pedro Calmon, deste modo, fez associações claras entre a Ciência, a democracia e a liberdade com o modo de vida progressista ao qual se vivia nos Estados Unidos. Para ele, a democracia trouxera a esta população um senso de organização, de respeito ao outro e à propriedade alheia, que acarretava em uma pouca necessidade do uso da força para conter possíveis desrespeitos à

⁴³⁰ CALMON, Pedro. **Estados Unidos de leste a oeste**: páginas de viagem. Rio de Janeiro: Editora a noite, 1942, p. 36.

⁴³¹ Idem, p. 38.

⁴³² Ibidem, p. 39.

⁴³³ Ibidem, p. 259.

lei. Por meio de suas memórias impressas, seu leitor pôde receber informações que até então muito pouco eram tratadas no Brasil, sobre questões que envolviam o cotidiano destes habitantes da América do Norte. O progresso que ele citou, e o caminho para se chegar a ele, aos poucos, pareciam possíveis ao Brasil, se, como em uma escala evolutiva, seu povo seguisse os passos da terra de Tio Sam. Viagens como estas, que levavam Calmon, e outros tantos latino-americanos, à lugares específicos dos Estados Unidos, por possuírem roteiros previamente organizados por setores vinculados ao OCIAA, como o Interamerican Travelers Index and Reception Section, selecionavam aquilo que seus convidados veriam no exterior, que incluía cidades mais modernas, bairros mais ricos e pessoas de influência, nacional ou internacionalmente ligadas às suas áreas de interesse. Desse modo, estes itinerários acabaram por fomentar percepções específicas acerca do que era observado nos Estados Unidos.

4.2.2 Arlindo Pasqualini⁴³⁴.

Como habitualmente ocorria nos tempos de “boa vizinhança”, diversas delegações embarcavam rumo aos Estados Unidos. Buscava-se nestas viagens a “realidade” sobre o país que, aos poucos, passava a mostrar simpatia, e acima de tudo, sua superioridade perante as nações que compunham as Américas, Central e do Sul. Arlindo Pasqualini⁴³⁵, jornalista e escritor sul-rio-grandense⁴³⁶, embarcou em uma dessas delegações, convidado pela National Press Club de Washington, por ocupar um papel de liderança no jornalismo da época, que agregava a direção da Folha da Tarde gaúcha e a presidência da Associação

⁴³⁴ PASQUALINI, Arlindo. **Os sobrinhos do Tio Sam**: impressões de viagem aos EE.UU. e Canadá. Porto Alegre: Livraria do Globo, 1944.

⁴³⁵ Arlindo Pasqualini, jornalista sul-rio-grandense, na década de 1930, engajou-se ativamente no apoio às tropas que lutaram contra Washington Luís, no qual resultou na entrada de Getúlio Vargas ao poder. Foi amigo de Breno Caldas, diretor do Correio do Povo e apoiador de Vargas, com quem ajudou a fundar a rádio Guaíba. Na década de 1960, por meio de seus textos, como os veiculados na Caldas Junior, contribuiu para a derrubada de João Goulart. In: GALVANI, Walter. **Um século de poder**: os bastidores da Caldas Júnior. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1994. Sobre Arlindo Pasqualini, ver: VASCONCELLOS, Laura Vianna. **Alberto Pasqualini e o trabalhismo no Brasil**. Dissertação de mestrado. Rio de Janeiro: UERJ, 2009.

⁴³⁶ O Rio Grande do Sul, mesmo que estivesse distante do circuito cultural Rio-São Paulo, acabou por ser também proeminente nestes centros de discussões intelectuais, diferente das demais “remotas” províncias do país. Uma das justificativas para que pessoas de renome intelectual surgissem e fizessem sua carreira neste local e não nas duas famosas capitais da década de 1930 e 1940, foi pelo fato da influência gaúcha na política, que conferia influência também intelectual. VERÍSSIMO, Luís Fernando. Prefácio. In: BERTASO, José Otávio. **A Globo da rua da Praia**. 2ª ed. São Paulo: Globo, 2012.

Rio-grandense de Imprensa. Irmão de Alberto Pasqualini⁴³⁷, político e também jornalista de prestígio na época, Arlindo possuía muitos contatos nos meios de comunicações na província onde havia uma tentativa, por parte dos Estados Unidos, de neutralizar o Nazifascismo. Assim, como ocorreu com frequência na primeira metade da década de 1940, pessoas de proeminência local ou nacional receberam convites para visitar a terra de Tio Sam e Pasqualini foi um deles. Os Estados Unidos e o Canadá, locais por onde passou, causaram-lhe ótimas impressões. Tão positivas foram que, um ano depois, seriam divididas, de maneira muito atraente, ao restrito público de letrados do Brasil. Em “Sobrinhos do Tio Sam”, seus relatos de viagem foram narrados em uma obra de aproximadamente 300 páginas.

Também habitual foi o envio de pequenos grupos para turismo no exterior, que nas entrelinhas poderia ser visto como um meio bastante articulado de ganhar (ou manter) o respeito de pessoas que possuíam papéis de liderança na América Latina. Como dito no capítulo anterior desta tese, as elites (econômicas, políticas e intelectuais) foram o público mais requerido pelo programa de “boa vizinhança”, justamente por estar em suas mãos a capacidade de mobilização desta mesma elite, ou da sociedade como um todo. Jornais, revistas ou programas de rádio, eram veículos importantes de comunicação essenciais na época e fazia-se necessário manter seus principais dirigentes em notável sintonia com as políticas estadunidenses para a região, que no caso brasileiro, a partir de 1942, também se relacionava à política mantida e estimulada pelo presidente Vargas. Assim, junto com Pasqualini, embarcaram outros jornalistas, como Belisário de Souza, Ernesto Simões Filho, Casper Libero, Rodolpho Pinto da Mota Lima, André Carrazzoni, Joaquim Camargo, Hugo Barreto, Edgar Godoi da Mata Machado, Elias Chave Netto e Wilson Lins. Antes do grande momento, porém, estes homens deixaram uma nota para a imprensa, na qual elogiavam os veículos de comunicação dos Estados Unidos,

⁴³⁷ SILVA, Roberto Bittencourt. **Alberto Pasqualini: trajetória política e o pensamento trabalhista**. Tese de doutorado. Niterói: UFF, 2012.

especialmente aqueles que estavam engajados na “(...) defesa da civilização e dos ideais pan-americanos⁴³⁸”.

O convite do National Press Club é particularmente exaltado pela Associação Brasileira de Imprensa por força da oportunidade magnífica que o inspirou e virá facilitar aos jornalistas brasileiros a contemplação de um espetáculo único, e que estará encerrado para as gerações de amanhã: o do surpreendente e milagroso esforço das energias norte-americanas para a rapidez da vitória que todos almejamos.

A viagem de Pasqualini e seus companheiros jornalistas durou aproximadamente dois meses. O objetivo primordial, conforme lhes fora dito, seria o de levá-los a conhecer de perto o esforço de guerra pelo qual a terra de Tio Sam vinha realizando, haja vista que após o ataque a Pearl Harbor, o país de Roosevelt entrara definitivamente no front de Guerra. Havia uma preparação muito detalhada nos roteiros destas viagens e talvez seja este um dos principais pontos que sobressalta quando lemos a obra do diretor da Folha da Tarde gaúcha. Pessoas ligadas a diferentes entidades, fossem elas públicas ou privadas, integravam as comitivas que chegavam com bastante frequência, às cidades de Nova York ou Miami, especialmente após a inauguração da Seção de Recepção aos estrangeiros, órgão do OCIAA voltado à organização e posteriormente, recepção destes itinerários. Dessa maneira, para acompanhar os convidados brasileiros, cinco estadunidenses integraram a comitiva: John Lee e Richard Dyer, do escritório do OCIAA de Nova York; Landors da United Press; Louis Probaus, da Associated Press e Charles Klyse, da agência de viagens, American Express⁴³⁹.

Como buscamos refletir sobre a construção da ideia de superioridade estadunidense durante a Segunda Guerra Mundial a partir de agências culturais, especificamente nesta tese, por meio do OCIAA, liderado por Nelson Rockefeller, não nos atentaremos a discutir questões propriamente literárias da obra de Pasqualini. Nos interessa sua obra à medida que, em seu relato

⁴³⁸ A NOITE. “A imprensa na obra de aproximação brasilio-norteamericana”, Rio de Janeiro, 28/05/1943. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/348970_04/20851. Acesso em 13/08/2016.

⁴³⁹PASQUALINI, Arlindo. **Os sobrinhos do Tio Sam**: impressões de viagem aos EE.UU. e Canadá. Porto Alegre: Livraria do Globo, 1944, p. 18.

podemos pensar sobre duas questões fundamentais e que acabam por corroborar com nossos propósitos de pesquisa. A primeira delas diz respeito ao relato propriamente dito, que mesmo sendo um recorte discursivo efetuado pelo autor, contendo seus silêncios, distorções ou pontos de vista particulares, nos aponta a trajetória de sua viagem aos Estados Unidos, organizado por órgãos vinculados ao governo de Roosevelt. Podendo nos indicar, como se buscou mostrar aos visitantes, a superioridade do país no que tange à sua organização militar, por meio da seleção de determinados locais para visita. A segunda questão, que resulta da primeira, nos dimensiona sobre a maneira como o jornalista “construiu” sua ideia de Estados Unidos, resultado de suas visitas, previamente orquestradas, a lugares específicos do país. cremos, desta forma, que as visões trazidas ao Brasil e que posteriormente foram publicadas nesta obra, foram, de maneira racional, conduzidas por aqueles que buscavam, por meio do convite a estas viagens, estimular e/ou criar, uma ideia bastante positiva sobre a Terra de Tio Sam.

Uma das primeiras experiências em solo estrangeiro, foi na conexão que fizeram em Trinidad, o mesmo local que havia desembarcado, anos antes, Pedro Calmon. Como provavelmente seria sua primeira viagem à América Central, Pasqualini logo notou, ao invés da arquitetura local, da disposição das ruas ou da pobreza de seu povo, a preponderância da população negra no país, que adornava suas cabeças com chapéus bastante diferentes que no Brasil, mas que, como registrou o jornalista, eram capazes de creditar-lhes elegância e ligeira semelhança com as pessoas tidas como de “alta linhagem”⁴⁴⁰. A questão racial e a ideia de um modelo civilizacional, que ficam nítidos com a recorrência do vocabulário, “elegância” ou “alta linhagem”, nos aponta que, em suas percepções, o negro parecia adquirir uma maior dignidade quando compartilhava dos adornos comumente vestidos pelos europeus, que ainda ditavam modismos para as Américas.

Logo em sua primeira hospedagem o desconhecimento sobre o continente ficou latente: no The Queen’s Park, famoso e luxuoso hotel de Porto de Espanha, um dos jornalistas brasileiros questiona um dos funcionários: “Você

⁴⁴⁰ PASQUALINI, Arlindo. **Os sobrinhos do Tio Sam**: impressões de viagem aos EE.UU. e Canadá. Porto Alegre: Livraria do Globo, 1944, p. 9.

não é da Baía?”, ao que ele responde: “Sorry Sir. I no hablo speniol (sic)⁴⁴¹”. As incompreensões não advinham apenas dos estadunidenses. Estes, ao contrário, esforçavam-se em não transparecer seus estereótipos ou seu pouco domínio sobre a cultura deste “outro” americano. O que restava, quando tratamos da América como um todo, era que, a pouca escolaridade de suas populações, mesclada com longos períodos de um olhar demasiadamente admirado com as ‘coisas’ da Europa, deixaram uma lacuna no conhecimento entre ambos os povos, que ganhavam uma denominação em comum, latino-americanos, mas que não refletia, uma significativa proximidade entre eles. O Brasil, a partir de suas elites que desde o período colonial vislumbravam o velho continente, possuíam ares superiores diante de tais povos, fato, inclusive, percebido pelos estadunidenses que chegavam ao país para vender seus produtos ou disseminar sua ideologia. Em uma troca de correspondências ocorrida entre os redatores da revista *Seleções da Reader’s Digest*, pedia-se para que nesta versão brasileira, fosse salientada uma provável superioridade do Brasil perante seus vizinhos continentais, afinal “eles são muito orgulhosos e patrióticos⁴⁴²” e não gostavam de ser comparados com os demais latino-americanos.

Diante de uma nova realidade, apresentada aos poucos para os viajantes, comparações com o país de referência surgiram. Inseridos em um momento onde o discurso da “boa vizinhança” servia para, mesmo que apenas no aspecto discursivo, fomentar as possíveis aproximações entre o Brasil e os Estados Unidos, Pasqualini acabou por compartilhar deste pensamento, ao buscar, por meio de sua narrativa, os aspectos que os uniam, mesmo sabendo que se tratava de duas culturas bastante diferentes entre si. Como a comparação com o desenvolvimento econômico, e mais ainda, com o tecnológico, seria complicado de estabelecer, optou por salientar outras formas de aproximação, que se estendiam das características naturais, como vegetação ou clima, ou com a postura que seus homens e mulheres mantinham, em seu cotidiano. O enfoque sobre a vegetação da Flórida, local do desembarque no país, com seu clima ameno (mais quente do que supunha), assim, logo adquire uma descrição que

⁴⁴¹ PASQUALINI, Arlindo. **Os sobrinhos do Tio Sam**: impressões de viagem aos EE.UU. e Canadá. Porto Alegre: Livraria do Globo, 1944, p.11.

⁴⁴² SADLIER, D. J. **Americans All** - Good neighbor cultural diplomacy in world war II. Austin: University of Texas Press, 2012, p. 132.

poderia servir como parâmetro ao Brasil: "O clima é semelhante ao do Brasil setentrional e as palmeiras, os coqueiros e os laranjais vicejam ao calor de um sol abrasador que não conhece o inverno⁴⁴³".

Não tardou para que o objetivo principal da viagem fosse apresentado aos jornalistas brasileiros, que consistia em mostrar a mobilização para a Guerra. Desta forma, o desembarque em Miami, causou nos convidados, não apenas este vislumbre devido às suas praias deslumbrantes, mas especialmente, à capacidade de mobilização deste povo, que parecia levar esta preocupação com a guerra nos mais distintos domínios de seu cotidiano. Um dos fatos que chamou a atenção de Pasqualini, foi a conversão de mais de 300 hotéis, dos 589 existentes em Miami, para a causa bélica. Com um número surpreendente de locais que voltavam suas atenções para a construções de verdadeiros quartéis gerais, mesmo em uma paisagem inebriante, o comprometimento com o país ou mesmo com aqueles que dependiam de seu auxílio, era demasiadamente enfatizado. Entretanto, a guerra parecia muito longe em outros momentos, especialmente quando se vislumbrava a beleza do local ou até mesmo o espírito da comitiva: em muitos momentos o clima de descontração e leveza suprimiam a realidade de um confronto daquela dimensão, que mesmo longe milhares de milhas, era responsável pela modificação do dia a dia dos estadunidenses.

O contato com o treinamento militar nos Estados Unidos, ocorreu a partir de algumas visitas que os jornalistas brasileiros realizaram em núcleos de treinamentos no país. A chegada a Fort Benning, um destes centros, marcou o primeiro contato, não somente de brasileiros, mas de muitos latino-americanos, a estes locais onde o aprendizado rigoroso das Forças Armadas fazia-se a prioridade⁴⁴⁴. Os outros centros militares visitados, foram os que compunham o complexo de Gulf Coast Training Center, o Randolph Field (centro de treinamento aéreo) e o Kelly Field (preparação de pilotos). A capacidade de realização deste país era admirada por muitos brasileiros, uma vez que, em pouco mais de um ano, a pequena frota de aviões e os poucos pilotos existentes, aumentaram

⁴⁴³ PASQUALINI, Arlindo. **Os sobrinhos do Tio Sam**: impressões de viagem aos EE.UU. e Canadá. Porto Alegre: Livraria do Globo, 1944, p. 17.

⁴⁴⁴ Idem, p. 19.

exponencialmente. A explicação mais conveniente para este fato seria a “(...) milagrosa capacidade de realização desta gente⁴⁴⁵”.

Sempre que ocorria uma oportunidade dentro da narrativa, o autor buscava ressaltar os valores éticos e morais dos estadunidenses. Ideias como gentileza e simplicidade, atreladas com a imparcialidade para determinadas escolhas, foram sendo sempre a recorrente ênfase dada para aqueles homens e mulheres que integravam, desde os altos cargos até os menores postos do país. Quando mencionava os generais destes centros militares visitados, a cordialidade com que eram recebidos, ficava latente na escrita de Pasqualini. Sempre muito solícitos e dispostos a mostrar ou mesmo partilhar certos segredos com os visitantes, chamava a atenção daqueles que, em muitos casos, jamais haviam pisado naquela terra.

E o general Howell, que é um homem extremamente amável, nos guardou para o fim uma agradável surpresa: do último avião foi lançado apenas um paraquedas. E nele não havia nenhum homem pendurado. Apenas um enorme pacote. Deveria ser, seguramente armamento e munição. Mas não era... O paraquedas vinha numa missão de paz e boa vizinhança: trazia várias dúzias de garrafas com limonada geladíssima (...) ⁴⁴⁶.

A valorização destes aspectos morais, incutia nas imagens que se produziam sobre eles, características conhecidas e/ou valorizadas para grande parte dos brasileiros. A hospitalidade e gentileza com que recebiam os estrangeiros, parecia demonstrar seu genuíno interesse por aqueles que os visitavam. Tão receptivos eram, que lhes apresentaram o que havia de mais moderno na aviação militar da época, levando Pasqualini a experimentar um simulador de aviões e ouvir, dos pilotos brasileiros que treinavam nos ares de Kelly Field, como eram bem tratados por seus instrutores. Já na fábrica de aviões da Douglas Aircraft Corporation, algumas das informações sigilosas somente puderam ser compartilhadas, desde que não fossem divulgadas por estes homens. No entanto, a maneira cordial estadunidense não retirava do estadunidense sua racionalidade ou objetividade, que por intermédio da ciência, o conduzia a um pensamento eficiente e rigoroso. Assim, quando cita a forma de

⁴⁴⁵ PASQUALINI, Arlindo. **Os sobrinhos do Tio Sam**: impressões de viagem aos EE.UU. e Canadá. Porto Alegre: Livraria do Globo, 1944, p. 37.

⁴⁴⁶ Idem, p. 23.

seleção dos jovens pilotos treinados em Kelly Field, frisa que esta escolha era totalmente fundamentada sobre testes psicológicos:

Não há auto-determinação na escolha dessas funções. Quem decide das qualidades de cada um para este ou aquele mister são aparelhos delicadíssimos e imparciais, insensíveis a qualquer forma de apadrinhamento...⁴⁴⁷

A engenhosidade, a eficiência, a criatividade ou mesmo a coragem (preceitos arraigados nos discursos de construção identitária deste povo), seriam a resposta para a realidade daquela sociedade que o diretor da Folha da Tarde, via com tanta admiração. Os Estados Unidos realmente impressionavam os viajantes. Seus meios de transportes, modernos e que interligavam remotas regiões desta nação continental, levando o “progresso” a locais difíceis de serem transformados pela mão humana, deixavam expostas as capacidades mais incríveis destas engenhosas pessoas. Los Angeles foi uma das cidades que propiciou esta impressão para o jornalista, onde a região desértica, em que estava situado, foi categoricamente modificada e transformada em um grande oásis.

Há, contudo, oásis no meio desse deserto. Não oásis de tamareiras para que os camelos das caravanas venham repousar ao fim de longas jornadas. São oásis criados pelo poder transformador do homem da América e neles verdejam as culturas, alimentadas por irrigações artificiais. A água é trazida dos rios que não secam, como o Colorado, que atravessa toda esta imensa região. E, à medida que nos aproximamos de Los Angeles, os oásis vão aumentando até transformar o deserto árido da Califórnia em verdadeiro paraíso da agricultura. Aqui o homem aprendeu a corrigir a natureza⁴⁴⁸.

O tratamento com os funcionários, fossem eles das fábricas convertidas para o esforço bélico ou de outras produtoras de bens de consumo, não era apenas salientada pela propaganda contida em revistas como *Em Guarda*, que exaltava seu bem-estar. O que chama a atenção de Pasqualini, é como os operários da fábrica de aviões da Douglas Aircraft Corporation desfrutavam de diversos benefícios, entre eles o de serem considerados por seus patrões como

⁴⁴⁷ PASQUALINI, Arlindo. **Os sobrinhos do Tio Sam**: impressões de viagem aos EE.UU. e Canadá. Porto Alegre: Livraria do Globo, 1944, p. 38.

⁴⁴⁸ Idem, p. 46.

peças fundamentais no processo de produção. Todos os dias, depois do expediente estas pessoas poderiam sugerir melhorias ou apontar falhas no que dizia respeito ao ambiente de trabalho, por meio de formulários disponíveis em diversos locais da fábrica. Outro ponto que impressionou o autor⁴⁴⁹, foi o valor dos pagamentos, que eram contados por hora de trabalho: os iniciantes recebiam U\$ 0,60/h, enquanto aqueles mais escolarizados poderiam chegar a uma remuneração de U\$1,25/h, o que equivalia a CR\$25,00 na época. Com vistas de comparação, um modelo de avião bombardeiro com longo raio de ação, apelidado de “Fortaleza voadora” produzidos pela mesma fábrica custava cerca de U\$ 300.000 (valor aproximado de seis milhões de cruzeiros no Brasil).

Deste modo, vemos na narrativa de Arlindo Pasqualini, mais que uma descrição sobre seus dias de viagens na América do Norte. Vemos uma escrita permeada de admiração e em determinados trechos e deslumbre por características visualizadas nos Estados Unidos. Nos locais visitados, nos roteiros previamente selecionados pelos organizadores do OCIAA, eram mostrados aos convidados aspectos positivos e que enfatizavam a modernidade e o progresso material ao qual o país gozava na década de 1940. Além destes aspectos, o que mais chamou a atenção do jornalista, e de outros viajantes, como Pedro Calmon, em sua estadia no exterior, foi a atenção e a cordialidade que homens e mulheres, aos quais eles tiveram contato direto, como os oficiais, generais, empresários ou pessoas ligadas ao OCIAA, dispensaram a eles. A impressão que ficou presente nas memórias escritas pelos brasileiros retratados nesta tese, e que acabou chegando para seus leitores posteriormente, foi de uma nação passível de ser seguida; com uma democracia consolidada e desenvolvimento tecnológico ímpares. Acima de tudo, eles se depararam com pessoas que pareciam dispostas a, de certo modo, compartilhar esta fórmula, bem-sucedida, de progresso.

⁴⁴⁹ PASQUALINI, Arlindo. **Os sobrinhos do Tio Sam**: impressões de viagem aos EE.UU. e Canadá. Porto Alegre: Livraria do Globo, 1944, p. 50.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A História, enquanto escrita, é constantemente construída por meio de perguntas e também a partir de documentos, sejam eles quais forem. Nada é mais inebriante para seus amantes, do que a extensa prateleira de boxes, repleta de papeladas amareladas, que o tempo tratou de pigmentar. E o mais intrigante é a capacidade que adquirimos (embora saibamos na teoria) em perceber que nossa função não consiste em “desvendar um passado”, mas assenta-se sobre a problematização de ações, que em um tempo específico foram permeadas por contradições, intenções, omissões... O grande aprendizado, após alguns anos de pesquisa, é a consciência adquirida sobre a responsabilidade que temos com o conteúdo que transpomos sobre um papel em branco. Diante deste aprendizado, necessário à formação de qualquer pesquisador, as linhas abaixo buscam expor alguns dos resultados obtidos a partir da pesquisa desenvolvida na tese que apresentamos anteriormente, focando nas questões principais que nortearam a forma como olhamos os documentos selecionados para nossa problematização.

Um dos primeiros pontos que veio à tona a partir da documentação analisada, especialmente dos diversos boxes dedicados ao Office of the Coordinator of Inter-American Affairs, (Records Group 229), consultados no *National Archives College Park/US*, foi que a união das Américas, a partir de um viés cultural, não foi uma ideia totalmente nova, surgida na década de 1940. Por meio de um levantamento (*“Guide to the Inter-american cultural programs of non-government agencies in the United States”*⁴⁵⁰), encomendado pelo coordenador dos Assuntos interamericanos, Nelson Rockefeller, ao governo Roosevelt em 1943, foi apontado que, desde o fim do século XIX, mais especialmente, desde os anos 1920, inúmeras entidades não-governamentais já estabeleciam projetos, de aproximação continental. Os grupos visados por estes programas, incluíam, à época, a população latino-americana residente nos Estados Unidos,

⁴⁵⁰ NACP, RG 229, box 135, 2. “Guide to the Inter-American cultural programs of non-government agencies in the United States” compilado para o Office of The Coordinator of Inter-American Affairs, fevereiro de 1943.

ou aqueles que, pouco a pouco, eram atingidos pelos negócios estabelecidos com seus países no restante do continente.

Embora os dados a que tivemos acesso não tenham sido conclusivos ou exponencialmente mais precisos sobre os tipos de atividades realizadas por cada agência cultural (foram citadas mais de 430 agências que se voltavam a assuntos interamericanos), tais referências possibilitaram lançar algumas questões até então não levantadas no projeto da pesquisa. Uma delas, talvez a mais oportuna, foi sobre a maneira como o *Office of the Coordinator of the Inter American Affairs (OCIAA)* se apropriou dos programas já experimentados nestes espaços, para compor sua pauta de “boa vizinhança”. A esta questão lançamos uma resposta (a mais possível em relação à documentação que possuíamos): além de se valer da experiência de homens como Berent Briele (que anteriormente pertencia a chefia de uma destas agências, a *American Brazilian Association*), vários projetos foram aprimorados e posteriormente ampliados pelo OCCIA, tais como: programas de intercâmbio; tradução de livros; pesquisas acadêmicas voltadas aos “vizinhos” desconhecidos; espaço em jornais e revistas; mostras de Arte; apresentações musicais; produção de filmes e programas de rádio; entre outros.

Resultante dessas primeiras constatações, podemos afirmar que a “política da boa vizinhança”, programa oficial do governo estadunidense instaurada em 1933 por Franklin Roosevelt, não deve ser desvinculada deste contexto mais amplo, que se estende do final do século XIX e primeiras décadas do século XX. Neste momento, com a iniciativa privada tomando para si algumas responsabilidades sobre o tema e com o discurso de estreitamento de relações surgidas nas Conferências Pan-americanas, diversos programas foram delineados com vistas ao interamericanismo. Coincide, neste íterim, a finalização oficial da política do Big Stick e da liderança do Departamento de Estado em congregar estas agências não-governamentais, a projetos próprios, para auxiliá-los em seus objetivos. Assim, quando na Segunda Guerra Mundial, o perigo do Nazifascismo passou a ameaçar as projeções de hegemonia estadunidense na região, o governo Roosevelt e algumas lideranças do setor privado, criaram uma “super agência”, voltada aos assuntos interamericanos: o OCIAA.

A partir de exposições itinerantes sobre as culturas latino-americanas, panfletos, revistas ou mesmo quando o cidadão comum se dirigia ao cinema para assistir a filmes sobre as “outras nações americanas”⁴⁵¹, as políticas oficiais de aproximação continental eram apresentadas a partir de materiais atrativos, com conteúdo carregado de “segundas” intenções. Com a “Boa Vizinhança”, foi difundida, gradativamente, uma visão bastante notória sobre os Estados Unidos. Embora, o que estivesse pressuposto oficialmente visasse o estabelecimento de uma reciprocidade econômica e cultural, o que vimos, na prática, foi a ênfase exacerbada sobre sua figura como o grande “colosso continental”, “porta-voz do progresso” e elemento fundamental do continente americano para a vitória Aliada contra o Nazifascismo. O OCIAA (inserindo todas as aspas necessárias para esta comparação), foi uma grande “agência de publicidade” dos EUA e de seu progresso econômico. Ela foi eficaz em sua tentativa de aproximação continental, mesmo que para isso, tivesse que vender ilusões sobre esta “mútua união cultural”. Comumente verificamos que, frente a um discurso que elevava a terra de “Tio Sam” a um patamar superior de progresso e modernidade, seus “vizinhos” ainda eram representados por meio de estruturas frágeis, principalmente se permanecessem à mercê de sua própria sorte mediante os percalços trazidos pela Guerra.

Proferir uma mensagem pautada na união continental harmoniosa, sem atentar às hostilidades que tal ato geraria, seria no mínimo, pressupor que abaixo do “Rio Grande” haveria uma população facilmente inerte, passiva. Outro ponto levantado, deste modo, possível após os questionamentos sobre a documentação anteriormente citada, referiu-se à busca pela recepção do público (brasileiro e estadunidense) sobre o programa de “boa vizinhança”, afinal, preconceitos e incompreensões a respeito do “outro”, estavam arraigados solidamente na maneira como ambos se enxergavam. Nos valem de pesquisas de opinião pública (muitas delas inéditas em análises) para olhar como os grupos distintos destes países (que foram divididos em amostragens, a partir de sua escolaridade, renda, idade ou local de origem), viam a aproximação

⁴⁵¹ Um dos mais famosos foi a animação “*Saludos Amigos*” (Alô Amigos, no Brasil), de 1942. Nesta animação, dos estúdios Disney, o Brasil, a Argentina, o Chile e o Peru são retratados, a partir de personagens engraçados, como o Zé Carioca, em sua primeira aparição no cinema, e narrativas recheadas de estereótipos.

de suas nações. Elas também nos apontaram caminhos sobre os grupos possivelmente mais suscetíveis a aceitar este intercâmbio cultural e por quais meios de informação, a propaganda criada sobre esta política foi melhor recebida. Assim, pudemos verificar que antes da implementação do escritório de “boa vizinhança” no Brasil (inaugurado na segunda metade de 1941), a opinião do brasileiro (mensuradas pela *American Social Surveys*, dos pesquisadores *George Gallup* e *Hadley Cantril*) refletiu o ambiente ainda díspar em relação à aceitação dos Estados Unidos e de sua diplomacia cultural no país. As inquietações tinham como justificativas o histórico na região caribenha e na América Central, que com a Doutrina Monroe e o Corolário Roosevelt, levou às últimas consequências a máxima “Américas para os americanos”. Ao mesmo tempo, as amostragens efetuadas nos Estados Unidos, também reafirmaram que os estereótipos sobre o “outro” americano, da mesma maneira, eram largamente arraigados, uma vez que latino-americanos, constantemente foram apontados como a antítese de sua nação: católicos, mestiços, atrasados e preguiçosos.

As opiniões mensuradas, possivelmente foram indicadores estimados por Nelson Rockefeller e demais funcionários do OCIAA. Segundo nossas observações, tais pesquisas nortearam sobremaneira a condução dos programas de “boa vizinhança”. Exemplo disto, foi o direcionamento de grande parte do material produzido para ser propagado no Brasil, estar voltado às classes urbanas e mais abastadas. Tal grupo, durante as pesquisas, se mostrou mais suscetível ao apoio dos Estados Unidos e de suas políticas no Brasil, uma vez que estavam expostas a uma maior informação (considerando seu maior acesso a jornais e revistas), justamente por seus maiores índices de leitura. Podemos indicar que a exposição aos periódicos, que passaram, a partir da censura imposta pelo DIP no Estado Novo, a veicular uma imagem positiva e magistral desta nação, onde o “Tio Sam” paulatinamente deixava de ser representado como um ganancioso imperialista, possuía um importante papel na guinada de opinião destes setores mais abastados e letrados. Embora, não fosse este o único motivo para que esta parcela da sociedade voltasse seus olhos e sua “admiração” à terra de Tio Sam, haja vista que tal progresso econômico já vislumbrava o pensamento de muitos brasileiros décadas antes, foi com a

Política da Boa Vizinhança que ela passou a ser vista como possível de, efetivamente, ser concretizável em um futuro não muito distante.

O olhar que estendemos aos impressos (panfletos, revistas, livros) produzidos no contexto da “boa vizinhança”, foi o passo seguinte desta tese. Tal material, produzido ou distribuído por intermédio do OCIAA, além de esteticamente atrativo, com imagens de boa resolução, coloridas e com papéis de boa qualidade, ofereceu aos seus leitores um tipo de conteúdo que auxiliou, não apenas na disseminação da ideia de unidade hemisférica, mas na construção dos Estados Unidos como paradigma de progresso. A razão deste conteúdo, como citado na revista *Careta* em 1941, parecer “muito coerente, muito sincero”, fazia parte do plano! Para Rockefeller, veicular informações mentirosas poderia fragilizar o programa de “boa vizinhança”. No entanto, mesmo que fossem evitadas mentiras ou perfis estereotipados dos latino-americanas, não significa que tais materiais estivessem isentos de seleções prévias, que privilegiava os Estados Unidos e sua campanha na Guerra em detrimento das nações do Eixo.

O conteúdo trazido pelos materiais impressos do OCIAA nos interessou a partir do momento em que ele passou a intervir de modo notável na vida humana, como lembrou Castells em estudos referentes ao impacto da mídia em nosso cotidiano⁴⁵², ao estimular a criação de imagens mentais, delimitando o “amigo” e o “inimigo” da América Latina. Este material divulgou uma imagem positiva dos Estados Unidos, no qual seu modo de sociedade, de organização econômica e política eram mostrados como exemplares, especialmente para o Brasil. Pesquisadores como Walter Lippmann na década de 1920 e Noam Chomsky, na segunda metade do século XX, já nos chamaram a atenção sobre as nuances de uma propaganda política, que no fomento ao medo; nas simplificações radicais; e na criação de ilusões, são capazes de conduzir uma população a corroborar com programas de governo, que, em outros momentos, poderiam ser facilmente refutados. Por meio da produção de consensos, onde o inimigo tinha um nome, um projeto de governo e uma pretensão para o futuro (que seria o domínio do mundo), os Estados Unidos iam se construindo como sua antítese, à medida em que, nas formas de construção discursiva, sua

⁴⁵² CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. v.1. São Paulo: Paz e Terra, 2003, p. 39.

imagem sempre era associada ao bem, à liberdade, à democracia e ao respeito a todos, mesmo àqueles que não compartilhavam de sua cultura, mas que se uniam ao seu projeto: lutar por um mundo melhor. Por meio de uma propaganda envolvente, vendida como imparcial, a “realidade” da guerra era assim, disseminada (e muitas vezes comprada) no Brasil. Entendemos, assim, que o OCIAA atuou, em alguns momentos como criador e/ou propagador da propaganda política do governo Roosevelt direcionada à América Latina, especialmente ao voltar seus produtos culturais às suas elites.

Retomando esta hipótese, que o conteúdo impresso produzido pelo OCIAA visava grupos letrados do Brasil, buscamos mostrar que a união cultural entre Brasil e Estados Unidos não surgiu em 1941 com a abertura oficial do “Comitê do Coordenador de assuntos interamericanos” no Rio de Janeiro. Por meio de agências culturais, como a *União Cultural Brasil-Estados Unidos*, ela iniciara nos anos finais da década de 1930 e nelas, grupos vinculados às elites econômicas, políticas e intelectuais do país se articulavam, buscando um estreitamente maior com a terra de Tio Sam. Quando, em um momento posterior, no limiar da “boa vizinhança”, houve a necessidade de levar os projetos vindos de Washington para as elites locais, já existiam espaços propícios e um público muito interessado no conteúdo que chegava do exterior. Especialmente quando a aproximação com Washington se tornou oficial na diplomacia brasileira, os integrantes destas agências culturais, passaram a cooptar, de forma ativa, com os ideários de seu próprio governo.

Coube a agências culturais, como a União Cultural Brasil-Estados Unidos, desde sua fundação, receber os viajantes ilustres que chegavam à São Paulo, bem como ser a intermediária de intercâmbio estudantis para os Estados Unidos. No ápice da política de “boa vizinhança”, seu espaço físico, bem como seus integrantes, foram peças fundamentais para que os projetos criados por Nelson Rockefeller e sua equipe fossem devidamente estabelecidos na capital paulista. As experiências das viagens que os brasileiros passaram na terra de Tio Sam foram narradas por aqueles que retornavam de sua jornada, ao escreverem livros (como Pedro Calmon e Arlindo Pasqualini), ou ministrar palestras no auditório de suas dependências. Muitos brasileiros colaboraram para, direta ou indiretamente, veicular o “Colosso do Norte” em seu país, por meio dos programas de intercâmbio aos quais fizeram parte, espalhando para

as elites as “maravilhas” que haviam visto no exterior. Estadunidenses também auxiliavam neste propósito. Willian Rex Crawford publicou um livro, “Panorama cultural norte-americano” em 1944, que continha diversas palestras que havia ministrado, inclusive na “União Cultural”, para as elites letradas do país de Vargas.

Buscou-se, assim, por longos anos e por meio de distintas maneiras, superar as incompreensões mútuas que por séculos haviam permeado as relações entre ambas as nações, ao propiciar um novo olhar sobre tais países, rompendo com estereótipos quaisquer. E a articulação, voluntária de muitos brasileiros neste contexto, que já defendiam projetos para este fim, antes do surgimento oficial do OCIAA, não destoaram, na década de 1940, dos programas governamentais oficiais, brasileiro e estadunidense. Tal articulação nos conta muito sobre uma “política da boa vizinhança” mais orquestrada e menos original do que meramente pode-se supor. Por meio de parcerias nativas, soube-se utilizar dos grupos já articulados e dos projetos anteriormente desenvolvidos, para solidificar um discurso que se baseava na união entre as duas nações. Envolto em um clima de notória euforia, um novo caminho - de modernidade e progresso futuro - era narrado. Nas décadas posteriores, este almejado Brasil, moderno e progressista, ainda é uma expectativa, embora a aproximação com os Estados Unidos nunca tenha deixado de existir. Se nos restou apenas as promessas, então o foco da “boa vizinhança” sempre fora a veiculação de sua própria nação e a busca por seus próprios interesses. Porém, sobre isso, novas páginas em branco ainda podem ser preenchidas. Basta buscar, entre outros vestígios, folhas amareladas pela ação do tempo. E realizar perguntas suficientes para tecer novos capítulos sobre nossa História.

ARQUIVOS, FONTES E BIBLIOGRAFIA.

ARQUIVOS CONSULTADOS

LIBRARY OF CONGRESS/ EUA.

ROWLAND, Donald, W. (dir.). History of the Office of the Coordinator of Inter-American Affairs – Historical Reports on War Administration, Washington: Government Printing Office, 1947.

LOC F2508 U582. “Brazil – Introduction: Political, Geographic. Social and economic conditions”. Activities of the Coordinator of the Inter-American Affairs. Maio de 1943.

NATIONAL ARCHIVES COLLEGE PARK/ EUA.

NACP, RG 229, Box 137, 2. Hadley Cantril and Frederic Swift. “Opinion in the United States Concerning Latin America” Fourth Report Confidential for Nelson A. Rockefeller and Walter Laves. American Social Surveys, Inc. Hadley Cantril, Director of Research, Princeton, New Jersey. August 5, 1942. Prepared by Frederick W. Williams.

NACP, RG 229, box 137. “What people in the United States think and know about Latin America and Latin Americans”, 18/01/1941.

NACP, Records Groups 229, PG5. “Panfleto: O Homem sobreviverá livre depois de esmagada a loucura nazista”.

NACP, RG 229, box 941. “Activities of the coordinator of the Inter-American affairs in Brazil”, Filing Schemes and projects notebook, 21 de abril de 1943.

NACP, RG 229, box 135, 2. “Inter-America movement: a study guide”. Commercial and financial – reports and surveys.

NACP, RG 229, box 1471. Preliminary survey of Inter-American cultural activities in the United States”. Prepared by: Nina Collier, September 25, 1939.

NACP, RG 229, box 1471. Committee structure for the program of cultural relations (as of June 15, 1940). S/d.

NACP, Record Group 229, box 135, 2. “Guide to the Inter-American cultural programs of non-government agencies in the United States” compilado para o Office of The Coordinator of Inter-American Affairs, fevereiro de 1943.

NACP, RG 208, PMP 65. Panfleto: “Americanos Todos: Luchamos por la victoria/ Americans All: Let's fight for the victory”, 1943.

NACP, RG 229, box 178. "News from Macy's Latin American Fair". New York, 14 de outubro de 1941.

NACP, RG 229, box 1471. Nelson Rockefeller, "Barriers to understanding in the Americas", discurso para o New York Herald-Tribune Forum. Nova York, 23 de outubro de 1940.

NACP, RG 229, box 137, 2. "Major immediate propaganda objectives: draft 2". 5 de junho de 1941.

NACP, RG 229, box 178. "Folder: Good Neighbor – See the Americas First presented by United States Maritime Commission".

NACP, RG 229, box 137, 2. Panfletos: "¡ La Magia de Nueva York!; ¡ Pero que recibimiento...!; ¡ Nuevas Maravilhas!; Ojalá regrese muchas veces!.

NACP, RG 220, box 137, 2. Panfleto: Ojalá regrese muchas veces!.

NACP, RG 229, box 417. Memorando: Brazilian Division to The Coordinator Mr. Prendergast. 31 de março de 1944.

NACP, RG 229, box 137, 2. "A Survey of Communications in Brazil: Confidential Report". Lloyd A. Free to Hadley Cantril. Fevereiro a maio de 1941.

NACP, RG 229, box 395, 3. "Report of CIAA films used in April 1944". Department of audio-visual education, Portland Oregon.

Americans All. USA 1941 Dir. Julien Bryan Prod. Office of the Coordinator of Inter-American Affairs 35mm (B&W, Sound) 24 min.

NACP, RG 229, box 1221. Minutes of meetings of the coordination's committees. 12 de Agosto de 1943.

NACP, RG 229, box 137, 2. "Summary of Opinion in Latin America: Confidential report". C. H. Haring. Princeton, N.J: 1941.

Carta Informativa Americana (American News letter). Nova York: Business Publishers International Corporation, 1941 -1943.

Revista Em Guarda. New York: Business Publishers International Corporation. 1941-1945.

The New York Times Overseas Weekly. New York: The New York Times Company. 1943 a 1945.

NACP, RG 229, box 417. "União Cultural Brasil-Estados Unidos: Balanço em 31/12/1943". Information, science and education: Brazil, 31/12/1943.

NACP, RG 229, box 417. "Quarterly statement from cultural institutes: União Cultural Brasil-estados Unidos". Information, science and education: Brazil, Janeiro a Março de 1944.

NACP, RG 229, box 417. Carta aérea de Cecil Cross a Cordell Hull. Information, science and education: Brazil, 15/05/1944.

NACP, RG 229, box 417. "What Brazilians think of Americans". Information, science and education: Brazil, s/d.

NACP. RG 229, box 174, 2. "Principal facts concerning economic position of Brazil". Confidential report. Commercial and financial, countries files: Brazil. 22 de Janeiro de 1940

NACP, 229, box 417., "A União Cultural Brasil-Estados Unidos recebeu centenas de livros americanos", FOLHA DA MANHÃ, 09/04/1944.

CPDOC/FGV (online)

CPDOC/FGV. Carta de José Malcher a Edward H. Robbins, 01/08/1941. Disponível em: http://docvirt.com/docreader.net/docreader.aspx?bib=GV_Confid&pasta=GV%20confid%201941.08.01/2. Acesso em: 10/08/2016;

CPDOC/FGV. Carta de Berent Friele e Frank Nattier a Edward Robbins. 27/09/1941. Disponível em: http://docvirt.com/docreader.net/docreader.aspx?bib=GV_Confid&pasta=GV%20confid%201941.09.27/2. Acesso em: 10/08/2016.

HEMEROTECA DIGITAL/ BIBLIOTECA NACIONAL (online)

Revista Careta:

"Pela latinidade". Revista Careta, 5 de março de 1921, p. 41. Disponível em: <<http://memoria.bn.br/DOCREADER/DOCREADER.ASPX?BIB=083712>>. Acesso em: 10/11/2015.

"Ciumadas". Revista Careta. 15/ 06/ 1929, p. 22. Disponível em: <<http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=083712&pesq=Est%C3%A1%20com%20ci%C3%BAMES,%20miss%20Europa>>. Acesso em 27/11/2015.

"A música do futuro" (CAPA). Revista Careta, 16/05/1936. Disponível em: <<http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=083712&pesq=S%C3%A3o%20as%20netinhas>>. Acesso em: 27/11/2015.

“Notícias da guerra”, Revista Careta. 26/04/1941, p. 27. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DOCREADER/DOCREADER.ASPX?BIB=083712>. Acesso em 15/11/2015.

¹ “A frota de Guerra do Tio Sam”, Revista Careta, 21/06/1941, p. 27. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DOCREADER/DOCREADER.ASPX?BIB=083712>. Acesso em: 15/11/2015.

“A Rainha das Armas”, Revista Careta, 28/08/1941, p. 29. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DOCREADER/DOCREADER.ASPX?BIB=083712>. Acesso em: 15/11/2015.

SANTAMARINA, Orvacio. “A atitude ianque”. Revista Careta, 22/11/1941. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=083712&pasta=ano%20194&pesq=Carochinha>. Acesso em 07/01/2016.

Diário de Notícias:

“Nova York, cidade mágica”, Diário de notícias, 6 de abril de 1941, p.7. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=093718_02&PagFis=5073&Pesq=travel%20committee. Acesso em 05/04/2016.

“Está no Rio um notável historiador norte-americano”, Diário de Notícias, 23 de abril de 1938, p.9. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=093718_01&pesq=lewis%20hanke&pasta=ano%20193.

“Nova York, cidade mágica”, Diário de notícias, 6 de abril de 1941, p.7. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=093718_02&PagFis=5073&Pesq=travel%20committee. Acesso em 05/04/2016.

“Novas Maravilhas”, Diário de notícias, 13 de abril de 1941, p. 16. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=093718_02&PagFis=5152&Pesq=travel%20committee. Acesso em 10/04/2016.

Diário Carioca:

DUGGAN, Stepan. Comentários sobre a próxima conferencia panamericana. Rio de janeiro: Diário Carioca, 30/04/1936. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=093092_02&pesq=stephan%20duggan&pasta=ano%20193. Acesso em: 10/04/2016.

“O que diz o professor Archimedes Guimarães a respeito da aproximação Brasil-Estados Unidos”. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=093092_03&pesq=associa%C3%A7%C3%A3o%20cultural%20brasil%20estados%20unidos. Acesso em 20/08/2016.

O Jornal:

“Estudos latino-americanos”, O Jornal – 30/01/1938, p.7. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=110523_03&pesq=lewis%20hanke&pasta=ano%20193>. Acesso em 07/06/16.

Jornal das Moças:

PAULO, Roberto. “Ouvindo a estrelíssima Carmen Miranda”, Jornal das Moças, 4/09/1941, p.33. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=111031_04&PagFis=1230&Pesq=tio%20sam>. Acesso em 11/04/2016.

Correio da Manhã

Correio da Manhã. “Para maior incremento das relações culturais e comerciais entre Brasil e Estados Unidos”, 05 de Janeiro de 1941. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=089842_05&PagFis=3374&Pesq=nelson%20rockefeller> Acesso em: 05/08/2016.

O Dia

“Pela União cultural Brasil e Estados Unidos”. Curitiba, 28/12/41. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=092932&pesq=uni%C3%A3o%20cultural%20brasil%20estados%20unidos&pasta=ano%20194>. Acesso em: 05/04/2016.

Correio Paulistano

“União Cultural Brasil Estados Unidos”, 23/10/1938. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/090972_08/26271. Acesso em 30/10/2016.

“Instalação da União Cultural Brasil-Estados Unidos”, 16/10/38. Disponíveis em: http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=090972_08&pasta=ano%20193&pesq=uni%C3%A3o%20cultural%20brasil%20estados%20unidos. Acesso em 17/05/2016.

“Oitavo Congresso Científico Americano”, 18/04/1940. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/090972_09/1277. Acesso em 20/07/2016.

“Vem a São Paulo o diretor da divisão hispânica da Biblioteca do Congresso de Washington”. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=090972_09&pesq=lewis%20hanke. Acesso em 05/09/2016.

“Douglas Fairbanks foi festivamente recebido em São Paulo”. 06/05/1941. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=090972_09&pasta=ano%20194&pesq=uni%C3%A3o%20cultural%20brasil%20estados%20unidos. Acesso em 07/05/2016.

“O professor Melo Moraes, quando proferia sua conferencia”. 20/03/1942. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=090972_09&pasta=ano%20194&pesq=uni%C3%A3o%20cultural%20brasil%20estados%20unidos. Acesso em 05/05/2016.

“Vida intelectual nos Estados Unidos”. 18/07/1941. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=090972_09&PagFis=6204&Pesq=uni%C3%A3o%20cultural%20brasil%20estados%20unidos. Acesso em 08/06/2016.

“Bolsas para o curso de observações meteorológicas”. 12/12/42. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=090972_09&pasta=ano%20194&pesq=uni%C3%A3o%20cultural%20brasil%20estados%20unidos. Acesso em 06/05/2016.

“União Cultural Brasil-Estados Unidos”. 14/11/1941. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=090972_09&pasta=ano%20194&pesq=uni%C3%A3o%20cultural%20brasil%20estados%20unidos. Acesso em 10/08/2016.

Jornal do Brasil

“Anúncios sobre São Paulo”. 20/09/1941. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=030015_06&pesq=uni%C3%A3o%20cultural%20brasil%20estados%20unidos&pasta=ano%20194. Acesso em 09/08/2016.

“Na União Cultural Brasil-Estados Unidos. 14/10/1945. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=030015_06&pesq=uni%C3%A3o%20cultural%20brasil%20estados%20unidos&pasta=ano%20194. Acesso em 10/06/2016.

A noite

“A imprensa na obra de aproximação brasílio-norteamericana”, Rio de Janeiro, 28/05/1943. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/348970_04/20851. Acesso em 13/08/2016.

PERIÓDICOS AVULSOS:

BRAZIL. Nova York: American Brazilian Association. Set, 1941.

SITES:

“Macy’s Fair” <https://archive.org/details/macyslatinameric00macy>. Acesso em 05/02/2016.

“Federal Security Agency”, United States Government Manual, 1945, primeira edição. <<https://www.ibiblio.org/hyperwar/ATO/USGM/FSA.html>>. Acesso em 05/01/2016.

“The online books page”, <<http://onlinebooks.library.upenn.edu/webbin/book/lookupname?key=James%C20Concha%20Romero>>. Acesso em 02/06/2016.

“Promotion of Inter-American cultural relations”, Disponível em: <https://www.loc.gov/law/help/us-treaties/bevans/m-ust000003-0372.pdf>. Acesso em 05/04/2016.

Berent Friele, an Associate of Rockefellers in Business”, The New York Times, 19 de Setembro de 1985. Disponível em: <<http://www.nytimes.com/1985/09/19/nyregion/berent-friele-an-associate-of-rockefellers-in-business.html>>. Acesso em 18/03/2015.

“Primary Documents in American History”, <http://www.loc.gov/rr/program/bib/ourdocs/Monroe.html>. Acesso em 20/12/2015.

IBGE, “Teatros, salões destinados a fins teatrais e cinemas existentes nos municípios das capitais — 1937/38”. Disponível em: <http://seculoxx.ibge.gov.br/populacionais-sociais-politicas-e-culturais/busca-por-palavra-chave/cultura>. Acesso em 02/05/2016.

IBGE, “Imprensa periódica”. Disponível em: <<http://seculoxx.ibge.gov.br/populacionais-sociais-politicas-e-culturais/busca-por-temas/cultura>> . Acesso em: 10/05/2016.

NYT. “Edward Bernays, Father of Public Relations And Leader in Opinion Making, Dies at 103”. Disponível em: <http://www.nytimes.com/books/98/08/16/specials/bernays-obit.html>. Acesso em 20/08/16.

PENN Biographies. Disponível em: http://www.archives.upenn.edu/people/1800s/crawford_wm_rex.html. Acesso em: 08/08/2016.

BIBLIOGRAFIA

ACANDA, Jorge Luís. **Sociedade civil e hegemonia**. Tradução de Lisa Stuart. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

ARENDT, Hannah. **O Sistema totalitário**. Lisboa: Dom Quixote, 1978.

ASSIS, Celia de (coord. geral). **União Cultural Brasil-Estados Unidos 60 anos-60 years young**. São Paulo: Prêmio, 1997.

ATKINS, G Pope. **Encyclopedia of the Inter-American System**. Londres: Greenwood Press, 1997.

BACZKO, Bronislaw. **"Imaginação Social"**. In: Enciclopédia Einaudi, Imprensa Nacional da Casa da Moeda, 1985. Vol 5.

BANDEIRA, Luiz Alberto Moniz. **Brasil – Estados Unidos: a rivalidade emergente (1950-1988)**. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 2011.

_____. **Conflito e integração na América do Sul – Brasil e Estados Unidos: da Tríplice Aliança ao Mercosul (1870-2003)**. Rio de Janeiro: Revan, 2003.

_____. **Estado Nacional e Política Internacional na América Latina: o Continente nas Relações Argentina e Brasil (930-1992)**. Brasília: Ed. UnB, 1993.

_____. **Presença dos Estados Unidos no Brasil**. Rio de Janeiro: Ed. Civilização Brasileira, 1973.

BARTHES, Roland. **Elementos de semiologia**. Tradução de Izidoro Blikstein, São Paulo: Cultrix, 2006.

BERTASO, José Otávio. **A Globo da rua da Praia**. 2ª ed. São Paulo: Globo, 2012.

BETHELL, Leslie (ed). **Brazil Empire and Republic, 1882-1930**. Cambridge: Cambridge University Press, 1989.

_____; ROXBUROUGH, Ian. **América Latina entre a Segunda Guerra Mundial e a Guerra Fria**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

BOURDIEU, P., **A opinião pública não existe**, in: Thiollent, M., Crítica metodológica, investigação social e enquete operária. São Paulo: Polis, 1985.

BORTULUCCE, Vanessa Beatriz. **A arte dos regimes totalitários do século XX: Rússia e Alemanha**. São Paulo: Annablume; Fapesp, 2008.

BURKE, Peter. **A fabricação do rei**: a construção da imagem pública de Luís XIV. Rio de Janeiro: Zahar, 1994.

BURKE, Peter; BRIGGS, Asa. **Uma história social da mídia**: de Gutemberg à internet. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

CALADO, Isabel. **A utilização educativa das imagens**. Porto: Porto Editora, 1994.

CALMON, Pedro. **Estados Unidos de leste a oeste**: páginas de viagem. Rio de Janeiro: Editora a noite, 1942.

CAMARGO, Julia Faria. **Mídia e Relações Internacionais**: lições da invasão do Iraque em 2003. Curitiba: Juruá, 2009.

CAMPOS, André Luiz Vieira de. **Políticas internacionais de saúde na Era Vargas**: o Serviço Especial de Saúde Pública, 1942-1960. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2006.

CAPELATO, Maria Helena Rolim. **Multidões em cena**: Propaganda Política no Varguismo e no Peronismo. Campinas: Papirus/ FAPESP, 1998.

_____. **Imprensa e História do Brasil**. São Paulo: Contexto/EDUSP, 1988.

_____. PRADO, Maria L. **O Bravo Matutino**. São Paulo: Editora Alfa-Romeu, 1980.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. v.1. São Paulo: Paz e Terra, 2003

CASTILLA, José Joaquim Caicedo. **El Panamericanismo**. Buenos Aires: Roque de palma Editor, 1961.

CERVO, Amado Luiz. **Relações Internacionais na América Latina**: Velhos e Novos Paradigmas: Brasília: ed. FUNAG, 2001.

CERVO, Amado Luiz; DOPCKE, Wolfgang (orgs). **Relações Internacionais dos Países Americanos**. Brasília: Linha Gráfica Editora, 1994.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2012.

_____. **A conquista da opinião pública**: como o discurso manipula as escolhas políticas. São Paulo: Contexto, 2016.

CHARTIER, Roger. **A história cultural. Entre práticas e representações**. Tradução Maria Manuela Galhardo. Lisboa: Difel; Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1990.

CHARTIER, Roger. **A história cultural: entre práticas e representações**. Rio de Janeiro: Difel/Bertrand Brasil, 1988.

CHOMSKY, Noam. **Mídia**: propaganda política e manipulação. Trad. Fernando Santos. São Paulo: Martins Fontes, 2014.

CHUVA, Márcia Regina Romeiro. **Os arquitetos da memória**: sociogênese de preservação do patrimônio cultural no Brasil (anos 1930- 1940). Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

COCKS, Catherine. **Tropical Whites**: The rise of the Tourist South in the Americas. Philadelphia, PA: University of Pennsylvania Press, 2013.

COLBY, Gerard; DENNETT, Charlotte. **Seja Feita a Vossa Vontade** - A conquista da Amazônia: Nelson Rockefeller e o Evangelismo a Idade do Petróleo. Tradução de Jamari França. Rio de Janeiro: Record, 1998.

CRAMER, Gisela; PRUTSCH, Ursula (org). **iAmericas Unidas!**: Nelson A. Rockefeller's Office of Inter-American Affairs (1940-46). Madri: Iberoamericana; Frankfurt: Vervuert, 2012, versão kindle.

CRAWFORD, Willian Rex. **Panorama da cultura norte-americana**: conferências lidas no Brasil. São Paulo: Empresa Gráfica da revista dos tribunais Ltda, 1945.

CUCHE, Denys. **A noção de cultura nas Ciências Sociais**. Tradução de Viviane Ribeiro. Bauru: EDUSC, 1999.

CYTRYNOWICZ, Roney. **Guerra sem Guerra**: a mobilização e o cotidiano em São Paulo durante a Segunda Guerra Mundial. 2ª ed. São Paulo: Edusp, 2002.

DOMENACH, Jean Marie. Apud. OLIVEIRA, Luis Sergio Porto. **Informação ou propaganda**: o que recebemos? O que percebemos?. Brasília: Thesaurus, 1996.

DOMENACH, Jean-Marie. **A propaganda política**. São Paulo: Difusão Europeia do Livro, 1963.

DORATIOTO, Francisco. **O Brasil no mundo: idealismo, novos paradigmas e voluntarismo**. In: SCHWARCZ, Lília Moritz (orgs). A abertura para o mundo (1889- 1930). Rio de Janeiro: Fundação Mapfre e Editora objetiva, 2012.

DURANT, Gilbert. **O imaginário**: ensaio acerca das ciências e da filosofia da imagem. Rio de Janeiro: Difel, 2001.

DUROSELLE, Jean-Baptiste. **Todo império perecerá**. Teoria das relações internacionais. Tradução de Ane Lize Spaltemberg de Sequeira Magalhães, Brasília: Edunb, 2000.

FERES JR, João. **A história do conceito de latin America nos Estados Unidos**. Bauru, SP: Edusc, 2005.

FILSON, John. **Life and adventures of Colonel Daniel Boon**: the first white settler of the state of Kentucky. New York, 1916.

FLUSSER, Vilém. **Ensaio sobre a fotografia** – para uma filosofia da técnica (filosofia da caixa preta). Lisboa: Relógio D'Água, 1998.

FONSECA, Joaquim da. **Caricatura**: a imagem gráfica do humor. Porto Alegre: Artes & Ofícios, 1999.

GALVANI, Walter. **Um século de poder**: os bastidores da Caldas Júnior. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1994.

GAMBINI, Roberto. **O Duplo Jogo de Getúlio Vargas**: Influência Americana e Alemã no Estado Novo. São Paulo: Símbolo, 1977.

GEER, John G., ed. **Public opinion and polling around world: a historical encyclopedia**, vol 1. Santa Barbara, CA: ABC Clio, 2004.

GIRARDET, Raoul. **Mitos e Mitologias Políticas**. Tradução: Maria Lúcia Machado. São Paulo. Ed.Cia das Letras, 1987.

GOMBRICH, E. H. **A história da arte**. Rio de Janeiro: LTC, 1993; **Arte e ilusão**: um estudo sobre a psicologia da representação pictórica. São Paulo: Martins Fontes, 1995;

_____ **El sentido de orden**: estudio sobre la psicología de las artes decorativas. Tradução Esteve Riambau i Saurí. Barcelona: G. Gili, 1979;

_____ **Imagini simboliche**: studi sull'arte nel rinascimento. Tradução Renzo Federici. Milano: Leonardo Arte, 2002.

GOMES, Angela de Castro; HANSEN, Patrícia Santos (orgs). **Intelectuais mediadores**: Práticas culturais e ação política. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2016.

GRAMSCI, Antonio. **Os Intelectuais e a Organização da Cultura**. Tradução de Carlos Nelson Coutinho (4ª ed). Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1982.

GREEN, Fitzhugh. **American propaganda abroad**. New York: Hippocrene Books, 1988.

HERMAN, Edwards; CHOMSKY, Noam. **Manufacturing Consent**: The Political Economy of the Mass Media. London: Vintage, 1994.

HILTON, Stanley. **Oswaldo Aranha: Uma biografia**. Rio de Janeiro: Objetiva, 1994.

HOLANDA, Sérgio Buarque. **Visões de Paraíso**: os motivos edênicos no descobrimento e colonização do Brasil. São Paulo: Brasiliense, Publifolha; 2000.

JOHNSON, John. **Latin America in caricature**. (2ª ed) Austin, Texas: University of Texas Press, 1997.

JUNQUEIRA, M. A. **Ao sul do Rio Grande**: imaginando a América Latina em seleções: oeste, wilderness e fronteira (1942-1970). Bragança Paulista: EDUSF, 2000.

KAGAN, Robert. **Do paraíso e do poder**. Os Estados Unidos e a Europa na nova ordem mundial. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

KAMALIPOUR, Yahya R.; SNOW, Nancy. **War, Media, and Propaganda: a Global Perspective**. Oxford: Rowman & Littlefield, 2004.

KARNAL, Leandro (org). **A História dos Estados Unidos**: das origens ao século XXI. (2.ed) São Paulo: Contexto, 2010.

KORNER, Axel; MILLER, Nicola; SMITH, Adam. **America Imagined**: Explaining the United States in Nineteenth-Century Europe and Latin America. New York, Palgrave Macmillan, 2012, versão kindle.

LE GOFF, Jacques. **A História nova**. São Paulo: Martins Fontes, 1990.

_____. **O maravilhoso e o cotidiano no ocidente medieval**. Lisboa: Edições 70, 1983.

LIPPMANN, Walter. **Opinião Pública**. Tradução e prefácio de Jacques A. Wainberg. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

LOCHERY, Neill. **Brasil: os frutos da Guerra**. Tradução de Lourdes Sette. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2015.

LUCA, Tania Regina de; MARTINS, Ana Luiza. **Imprensa e cidade**. São Paulo: Editora UNESP, 2006.

MANNING, Martin with the assistance of Herbert Romerstein. **Historical Dictionary of American Propaganda**. Westport, Conn.: Greenwood Press, 2004.

MARINHO, Maria Gabriela. **Norte-americanos no Brasil**: Uma história da Fundação Rockefeller na Universidade de São Paulo (1934-1952). Campinas, SP: Autores Associados, São Paulo: Universidade São Francisco, 2001.

MARTINS, Estevão C. de Rezende. **Cultura e Poder**. (2ª ed) São Paulo: Saraiva, 2007.

McCANN, Frank. **Aliança Brasil-Estados Unidos (1937-1945)**. Rio de Janeiro: Biblioteca do Exército Editora, 1995.

MONTEIRO, Erica G Daniel. **Quando a Guerra é um negócio**: F. D Roosevelt, Iniciativa privada e relações interamericanas durante a II Guerra Mundial. Curitiba: Editora Prismas, 2014.

MOSCOVICI, S. **A representação social da psicanálise**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

MOURA, Gerson. **Tio Sam chega ao Brasil**. São Paulo, Brasiliense, 1984.

_____. **Autonomia na Dependência**. A Política Externa Brasileira de 1935 a 1942. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1980.

NETO, Lira. **Getúlio, 1930-1945**: do governo provisório à ditadura do Estado Novo. São Paulo: Companhia das Letras, 2013.

NOTH, Winfried; SANTAELLA, Lucia. **Imagem: cognição, semiótica, mídia**. São Paulo: Iluminuras, 1997.

NYE, Joseph S. **Soft Power**: The means to success in world politics. New York: Public Affairs, 2004, Versão kindle.

OHLES, John F. **Biographical Dictionary of American Educators** - volume 1. Westport, Connecticut: Greenwood Press, 1978.

OLIVEIRA LIPPI, Lúcia. **Americanos**: representações da identidade nacional no Brasil e nos EUA. Belo Horizonte, Editora UFMG, 2000.

OLIVEIRA, Dennison. **Aliança Brasil-EUA**: Nova História do Brasil na Segunda Guerra Mundial. Curitiba: Juruá editora, 2015.

_____. **Os soldados brasileiros de Hitler**. Curitiba: Juruá Editora, 2008.

OLIVEIRA, I. R. **Missão Cooke, Estado Novo e implantação da CSN**. Rio de Janeiro: E_papers, 2003.

OLIVEIRA, Luis Sergio Porto. **Informação ou propaganda**: o que recebemos? O que percebemos?. Brasília: Thesaurus, 1996.

PASQUALINI, Arlindo. **Os sobrinhos do Tio Sam**: impressões de viagem aos EE.UU. e Canadá. Porto Alegre: Livraria do Globo, 1944.

PECEQUILO, Cristina Soreanu. **Os Estados Unidos e o século XXI**. Rio de Janeiro: Elsevier Editora, 2013.

_____. **A política externa dos Estados Unidos**: Continuidade ou mudança? Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2003.

_____. **Introdução às Relações Internacionais**: Temas, atores e visões. 9.ed. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2012.

PERSICO, Joseph P. **The Imperial Rockefeller**: A biography of Nelson Rockefeller. Nova York: Simon e Schuster, 1982.

RAMOS, Paulo. **A leitura dos quadrinhos** – coleção Linguagem & Ensino. São Paulo: Ed. Contexto, 2009.

REICH, Cary. **The life of Nelson Rockefeller: worlds to conquer, 1908-1958**; Nova York e Londres: Doubleday, 1996.

REID, Darren R. (org.) **Daniel Boone and others on the Kentucky frontier: autobiographies and narratives, 1769-1795**. North Carolina/ London: Mc Farland/Company, Inc., Publishers, 2009.

REIS, José Carlos. **As identidades do Brasil 2: de Calmon a Bomfim: a favor do Brasil: direita ou esquerda?**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

_____. **Identidades do Brasil: de Varnhagen a FHC**. 9. ed. ampl. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

RIBEIRO, Edgard Telles. **Diplomacia cultural: seu papel na política externa brasileira**. Brasília: Fundação Alexandre Gusmão, 2011.

ROBERTSON, Breanne. **Textbook Diplomacy: The New World Neighbors Series and Inter-American Education during World War II**. Hemisphere: Visual Cultures of the Americas, 2011.

RODÓ, José Enrique. **Ariel**. Trad. Denise Bottman. Campinas: Editora da Unicamp, 1991.

SADLER, D. J. **Americans All - Good neighbor cultural diplomacy in world war II**. Austin: University of Texas Press, 2012.

SALIBA, Elias Tomé. Cultura: **As apostas na república**. In: SCHWARCZ, Lilia Moritz (orgs). **A abertura para o mundo (1889- 1930)**. Rio de Janeiro: Fundação Mapfre e Editora objetiva, 2012.

SANTOS, Beatriz Boclin Marques. **O currículo da disciplina escolar histórica o Colégio Pedro II** – a década de 1970 – entre a tradição acadêmica e a tradição pedagógica: a história e os estudos sociais. Rio de Janeiro: MAUAD Editora, 2014.

SARAIVA, José Flávio Sombra (org.). **Relações Internacionais** – dois séculos de história: entre a preponderância europeia e a emergência americano-soviética (1815-1947). Vol 1. Brasília: IBRI, 2001.

SCHOULTZ, Lars. **Estados Unidos: poder e submissão** – uma história da política norte- americana em relação à América Latina. Tradução de Raul Fisher. Bauru: EDUSC, 2000.

SEED, Patrícia. **Cerimônias de posse na conquista europeia do Novo Mundo (1492-1640)**. Tradução de Lenita R. Esteves. São Paulo: Editora Unesp, 1999.

SEITENFUS, Ricardo. **Ingerência ou solidariedade?** Dilemas da ordem internacional contemporânea. São Paulo: Fundação Sedae, 2005.

_____. **O Brasil de Getúlio Vargas e a formação dos blocos: 1930-1942.** São Paulo: Nacional, 1985.

SILVA, Kalina Vanderlei, SILVA, Maciel Henrique. **Dicionário de Conceitos Históricos.** São Paulo: Contexto, 2005.

SMITH, Henry Nash. **Virgin land:** The American West as Symbol and Mith. Cambridge and London: Harvard University Press, 1978.

SMITH, Richard Norton. **On his own terms:** a life of Nelson Rockefeller. New York: Random House, 2014.

SNOW, Nancy. **Propaganda, Inc:** Selling america's culture to the world. (3ªed). New York: Seven Stories Press, 2011.

SNOW, Nancy; Palast, Greg. **Information War: American Propaganda, Free Speech and Opinion Control since 9/11.** New York: Seven Stories Press, 2003.

SOUZA, Marquilandres Borges. **Rádio e propaganda política** – Brasil e México sob a mira norte-americana durante e Segunda Guerra. São Paulo: Annablume; Fapesp, 2004.

SOWELL, Thomas. **Os intelectuais e a sociedade.** Tradução de Mauricio G. Righi. São Paulo: É realizações, 2011.

SPROULE, J. Michael. **Propaganda and Democracy:** The American Experience of Media and Mass Persuasion. Cambridge; New York; Cambridge University Press, 1997.

STEVENS, Cristina M. T (Orgs). **Quando o Tio Sam pegar no tamborim:** uma perspectiva transcultural do Brasil. Brasília: Editora Plano/Oficina Editorial do Instituto de Letras da UNB, 2000.

TOCQUEVILLE, Alexis: **A Democracia na América.** (2ª ed) São Paulo: Martins Fontes, 2005.

TOTA, Antonio Pedro. **O amigo americano:** Nelson Rockefeller e o Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 2014.

_____. **Os americanos.** São Paulo: Contexto, 2009.

_____. **O Imperialismo sedutor:** a americanização do Brasil na Segunda Guerra. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

VALE, Nayara Galeno. **Hélio Vianna e Pedro Calmon:** identidade do historiador e embates em torno da escrita da História do Brasil. Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, 2012.

VELLOSO, Mônica Pimenta. **Os intelectuais e a política cultural do Estado Novo**. Rio de Janeiro: Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil.

WEBER, Maria Helena. **Comunicação e espetáculos da política**. Porto Alegre: Ed. Universidade/UFRGS, 2000.

TESES E DISSERTAÇÕES:

AGOSTINHO, Aucione Torres. **A Charge**. São Paulo: USP/ ECA. Tese de doutorado em Artes, 1993.

AVILA, Arthur Lima. **Território Contestado**: a reescrita da história do Oeste norte-americano (c.1985-c.1995). (Tese de doutorado) Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2010.

BRODRECHT, Grant R. **"Our country"**: Northern evangelicals and the Union during the Civil War and Reconstruction. (tese de doutorado), University of Notre Dame, 2008.

CALADO, Isabel. **Fronteiras da imagem com a palavra** – contributo para uma abordagem da representação e cultura visuais. (tese de doutoramento) Coimbra: Universidade de Coimbra, 2003.

GARCIA, Sheila do Nascimento. **Revista Careta**: Um Estudo sobre Humor Visual no Estado Novo (1937 – 1945). Dissertação (Mestrado), Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho. Faculdade de Ciências e Letras de Assis, 2005.

LOCASTRE, Aline V. **Projeção do Brasil para o Pós-guerra**: A 'Boa Vizinha' estadunidense no Brasil segundo a revista 'Em Guarda' (1941-1945). Dissertação História, UEL, 2012.

PIETRAROIA, Fábio Lacerda Soares. **Rádio, ficção e realidade**: repensando a "Guerra dos Mundos" de Orson Welles. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação), São Paulo: ECAUSP, 2004.

QUELUZ, Marilda P. **Traços urbanos**: a caricatura em Curitiba no início do século XX. São Paulo: PUC-SP, tese de doutorado, 2002.

RODRIGUES, Pauline Bitzer. **Propaganda de guerra e publicidade**: expectativas para a (re) conversão socioeconômica estadunidense no fim da Segunda Guerra Mundial (1944- 1945). Dissertação (Mestrado em História Social) Universidade Estadual de Londrina, Centro de Letras e Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação em História Social, 2015.

SILVA, Julio Cesar dos Santos. **A Construção do Pan-Americanismo na Revista em Guarda**: o Olhar Americano pela Defesa das Américas (1941-1946). Dissertação de mestrado apresentada à Faculdade de Ciências e Letras de Assis – UNESP, em 2009.

SILVA, Roberto Bittencourt. **Alberto Pasqualini: trajetória política e o pensamento trabalhista**. Tese de doutorado. Niterói: UFF, 2012.

SILVEIRA, C. **A formação da nacionalidade brasileira no pensamento médico paulista: a contribuição de Antonio Carlos Pacheco e Silva**. (Dissertação Mestrado), Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 1993.

VASCONCELLOS, Laura Vianna. **Alberto Pasqualini e o trabalhismo no Brasil**. Dissertação de mestrado. Rio de Janeiro: UERJ, 2009.

ARTIGOS EM PERIÓDICOS:

BARÃO, Giulia Ribeiro. **Cultura e Diplomacia Cultural No Século XXI: Proposta De Revisão do Pensamento Brasileiro de Relações Internacionais**. Monções: Revista de Relações Internacionais da UFGD, Dourados, v.3. n.5, jan./jun., 2014.

BARROS, José D'Assunção. História Política, Discurso e Imaginário: Aspectos de uma interface. **S/ECULUM, Revista de História**. João Pessoa, jan/jun. 2005.

BUENO, Clodoaldo. **"Pan-americanismo e projetos de Integração: temas recorrentes na história das relações hemisféricas (1826-2003)"**. Política Externa, São Paulo, v.13, n.1, p. 65-80, 2004.

CRAMER, Gisela; PRUTSCH, Ursula. **Nelson A. Rockefeller's Office of Inter-American Affairs (1940-1946) and Record Group 229**. Hispanic American Historical Review, Duke University Press, November, 2006.

DAMIN, Cláudio Júnior. **Guerra e Opinião pública nos Estados Unidos: O Caso da Guerra do Iraque em 2003**. BJIR, Marília, v.3, n.3, p. 419-448, Set/Dez. 2014.

DORELLA, Priscilla. **Mudaram os vizinhos ou mudaram nós?** Revista De História Online. Disponível em: <http://www.revistadehistoria.com.br/secao/retrato/ampliando-o-discurso>. Acesso em 15/07/2016.

FELGUEIRAS, Carmen Lucia Tavares. **Os arquitetos do futuro: os Estados Unidos segundo Monteiro lobato e Eduardo Prado**. Rio de Janeiro: Estudos Históricos, nº 27, 2001.

FERES JR. João. **Spanish America como o outro da América**. Lua Nova, São Paulo, n. 62, p. 69-91, 2004.

FERGUSON, Eugene S. **"On the Origin and Development of American Mechanical 'know-how'"**, American Studies 3.2, 1962: 3-16. In: <https://journals.ku.edu/index.php/amerstud/article/viewFile/2075/2034>. Acesso em: 05/01/2016.

FIGUEIREDO, R.; CERVELLINI, S. **Contribuições para o conceito de opinião pública**. Opinião Pública, Campinas, vol. III, nº 3, Dezembro, 1995.

FONSECA, Carlos da. **“Deus está do nosso lado”**: Excepcionalismo e religião nos EUA. CONTEXTO INTERNACIONAL Rio de Janeiro, vol. 29, no 1, janeiro/junho 2007, p. 149-185.

FRIEDLAND, Amy; HARRIS, Douglas B. **Governing with the polls**. The Historian: Jun. 2010, Vol. 72, nº 2, p. 321-353.

GAWRYSZEWSKI, Alberto. **Conceito de caricatura: não tem graça nenhuma**. Revista Domínios da Imagem, Londrina, n. 2, p. 7-26, maio 2008.

HOHLFELDT, Antonio. **Os estudos sobre a hipótese de agendamento**. Revista Famecos, Porto Alegre, n. 7, p. 42-51, nov. 1997.

JUNIOR, Olival Freire; SILVA, Indianara. **Diplomacia e ciência no contexto da Segunda Guerra Mundial**: a viagem de Arthur Compton ao Brasil em 1941. Revista Brasileira de História, vol. 34, no 67, 181-201 – 2014.

JUNQUEIRA, Mary Anne. **O Imaginário da Conquista do Oeste e as Representações sobre a América Latina na revista Seleções do Reader's Digest**. VARIA HISTORIA, Belo Horizonte, nº 23, Jul/00.

LIVINGSTONE, Victoria. **Between the good neighbor policy and the latin american “boom”**: brazilian literature in the United States *Belas Infieis*, v. 4, n.2, p. 115-127, 2015. Disponível em: <file:///C:/Users/Aline/Downloads/16497-51617-1-PB.pdf>. Acesso em: 05/08/2016.

LOCASTRE, Aline. **As promessas da revista ‘Em Guarda’ para o Brasil no pós-guerra (1939-1945)**. Antíteses, Londrina, v. 8, n. 15, p. 488-519, jan/jun 2015.

MENDES, Oscar. **Letras portuguesas e americanas**. Revista brasileira: publicação da Academia Brasileira de Letras, Rio de Janeiro, nº 14, set de 1945.

PITOMBO, Mariella. **Uma agenda cultural para o desenvolvimento humano**: o papel das agências multilaterais na formulação das políticas culturais. In: <http://www.cult.ufba.br/Artigos/Mariellaumaagenda.pdf>. Acesso em 23/05/2016.

PRUTSCH, Ursula. **Americanization of Brazil or A Pragmatic Wartime Alliance?** The Politics of Nelson Rockefeller's Office of Inter-American Affairs in Brazil During World War II. *Passagens*. Revista Internacional de História Política e Cultura Jurídica, Rio de Janeiro: vol. 2 n.4, maio-agosto 2010, p. 181-216.

ROMERO, Marcelo. **O governo Fernando Henrique Cardoso na charge de Angeli**: os tons e contornos da crítica política no traço do artista. (tese de doutorado) Juiz de Fora, 2015.

SILVA, H. R. **As pesquisas de opinião pública e a imprensa**: reflexões sobre a construção dos hábitos de consumo na sociedade brasileira (1942-1953). Transversal (São Paulo), v. 1, p. 1-11, 2015.

SOUZA, Carlos de. "**Para la defensa de las Americas**: The Pictorial Magazine En Guardia in Nelson A. Rockefeller's Propaganda Campaign for Latin America during World War II." Rockefeller Archive Center Online: Novembro, 2012. Disponível em: <http://www.rockarch.org/publications/resrep/desouza.pdf>. Acesso em 20/04/2016.

STOCKING Jr, 2004 apud ROIZ, Diogo da Silva. **Franz Boas e a Institucionalização da Antropologia nos Estados Unidos**. (resenha) Espaço Ameríndio, Porto Alegre, v. 4, n. 2, p. 249-255, jul./dez. 2010.

VALE, Nayara Galeno. **Hélio Vianna e Pedro Calmon**: identidade do historiador e embates em torno da escrita da História do Brasil. Anais do XXVII Simpósio Nacional de História da Anpuh: Natal/RN, 2013.

ZUSMAN, Perla. **Pan-americanismo e arbitragem nos conflitos de limites**: A participação dos Estados Unidos na definição da fronteira argentino-chilena na Puna de Atacama (1899). **Cuad. geogr.**, Bogotá , v. 23, n. 2, jul. 2014.